no. 395
1991年 1/1·15
アミューズメント通信
JANUARY 1-15,1991

ゲームマシン

GAME MACHINE
Game Machine Magazine is published twice monthly on the 1st and 15th of the month by Amusement Press, Inc., Wakasugi Bldg., 18-2, Doyamacho, Kita-ku, Osaka, 530 Japan. Subscription rate: Overseas (air mail) - US$ 180.00 / year.

毎月2回(1日・15日)発行 昭和56年10月17日第3種郵便物認可 発行所 アミューズメント通信社 編集・発行人 赤木真澄 〒530大阪市北区堂山町18-2(若杉ビル) ☎06(314)0309 定価400円 年間購読料9,880円(送料共、消費税込)

論潮

業務用国内が課題

創造的AMゲームをよりどころに

謹んで新年のご祝詞を申し上げます。

旧年中のご愛読、ご支援に対し心より感謝いたしますとともに、あるべき正しい業界紙として、本紙は今後とも皆さまがたに必要な情報を、〝わかりやすく正確に〟をモットーにお届けするよう、努力を重ねていく所存でございます。一層のご指導、ご鞭撻をお願い申し上げます。

＊　＊　＊

このところ新規の都市型あるいは郊外型ロケーションの開発が盛んになり、またそこへ投入する施設も大型になるなど、大手オペレーターの事業は活発になっている。これは地方都市やその郊外のSC関係でも、デベロッパーがAM施設の導入を求める傾向が強くなっていることと並んで、市場の広がりを示している。

実際、AM以外に何の見返りもない「健全なAMビジネス」の、まさにアミューズメント（AM）の価値が、社会的に認識されていることになるのだろう。家庭用「ファミコン」が出てすでに七年以上経過している今、これらのゲームで育った若いプレイヤーは社会人として、AMゲーム機に強く親しみを感じているはずである。これらの背景からすれば、AMビジネスの環境はオペレーターにとって、かなり有利になってきていると言ってよいほどである。

しかしAMゲーム機の多くのメーカーはそれどころではない。業務用を基本としているメーカーで、家庭用の比率が高いとか輸出比率が高いというのが多いのは、とりも直さず国内の業務用市場が活発さを失なっている証拠でもある。いいのはオペレーションだけで国内販売はほとんど伸びていないという嘆きには深刻なものがある。

不当な風営規制

AMゲーム機の国内販売が伸びないのは、ギャンブルと無関係なAMゲーム機が、賭けごとを内容とするギャンブル機と区別されるべきにもかかわらず、新風営法の下では混同され、同じものとしてオペレーションが規制されているからである。このため、本来なら厳しいチェックを受けるべきギャンブル機に対する注意は甘くなり、逆にアーケードゲーム機のメダルゲーム化などAMゲーム機のギャンブル化が進行している。このような状況下では、不法、違法なアングラビジネスが栄えることになり、一般のAMゲーム機を置くロケーションでの売上げが伸びず、新ゲームの導入も少なくなる。

勝つか負けるかという勝負ごとを内容とするギャンブル機は、それがメダルゲームとして使われていようが、プレイヤーに対して強い刺激を与える。それがどういう刺激を与えるのか、今ひとつはっきりしないが、プレイヤーのスキル（技量）を伸ばすAMゲームとはまったく別のものであるのは確かだ。ギャンブル機がもたらす刺激は、際限ない勝負の繰り返しをもたらすだけで、そこには発展性がなく、金品という財物性がからめば即座に違法行為となる危険性が絶えずある。こうした危険性があることから一般に「ゲームセンター」は風俗営業として規制されているわけだが、規制を受けている意味はオペレーターにとって、今ひとつはっきりしていないようだ。

規制を受けている以上ロケーションの開拓にも制約があるわけで、このためAMゲーム機を設置するスペースは限られてくる。こうしてますますAMゲーム機の国内販売は難しくなってくる。

許されない後退

こうした困難に直面していないのは、小型乗物機や遊園施設など、非ゲーム分野に限られている。いわゆるカーニバルゲームも、風営の七号営業にならないよう絶えずチェックしておかねばならないし、曖昧な法的根拠について対策を講じておかねばならない。

AMビジネスは将来性のある新しいビジネスだが、ビジネスとしての拠点がしばしば見失なわれ勝ちであり、そのため後退する場面がある。電子技術が発達する以前のAM機は、確かに射幸遊技や女性の裸を売りものにするような、いかがわしい次元のものが多かったが、そうした低次元の慰みものを基本にしていた時代では、AMビジネスはほとんど発展性がなかったことを、今一度思い起こす必要がある。電子技術が発達した今日、そういう低次元なものを売りものにしているようでは、後退していると指摘されても仕方がないのではないだろうか。

ゲームにしろ乗物にしろ、AMビジネスとしてはまだ行き着くところまで行っていないし、ゴールなどない。ひたすら可能性を拡げ、人びとが楽しめるものを追い続けるのが仕事だ。その過程で長年人びとに楽しまれるものもあれば、すぐに見捨てられるものもあるだろうが、次々と新しく開発するところにAMビジネスの原動力のようなものがあるのではないか。この意味で、AMゲームと遊園施設を組み合わせた新しい分野が開拓されていることは、AMビジネス全体にとって非常に力強いことと言える。

長い歴史からすればAMビジネスはまだ、始まったばかりだと言える。これまで以上の努力が必要なのである。

新年展望

「遊び」への見方の変化

中村雅哉 ㈳日本アミューズメントマシン工業協会（ＪＡＭＭＡ）会長
株式会社 ナムコ・代表取締役会長

あけましておめでとうございます。新年を迎えるにあたり、業界各社のご発展と、皆さまのご健勝を祈念申し上げ、併せて本年もよろしくご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

さて、昨年は二十一世紀に向けて大きな事件が続けざまに起こりました。

世界においては、東西ドイツの統合やイラクのクウェート侵攻、日本においても日米構造協議の妥結や、高金利と株価の大幅下落、そして土地神話の動揺など、大きな変化がありました。

これも考えるに、即位の礼も終了し、平成の時代に本格的に入ったわけですが、時代の名称だけではなくて、九〇年代の社会、産業の状況が、その持っている価値感を大きく変えようとしているからだと思われます。私が以前より唱えております「遊びは文化である」あるいは「アミューズメントからエンターテイメントへ」という言葉が違和感なく受け入れられ、また積極的に評価される方々が増えてきたのも、その証拠かと存じております。

そのほか、過度に合理的、効率的な社会構造、産業構造を追求する中で、切り捨ててきた遊び、ゆとりといったものを見直す機運が生まれてきております。

土地問題にしても、ゴミの問題にしても、今まで超優良企業としてもてはやされた企業が、一転して、その社会に対する姿勢が問いただされるようになってまいりました。「社会性消費」という言葉が示すように、たとえ個人にとっても便利で有用なものであったとしても、地球環境や自然保護にとっては有害であるという製品、サービスに対しては、消費者の目はますます厳しくなり、それを提供する企業の考え方、姿勢が問われるような時代となってきたと感じているこのごろであります。

また消費者の動向にも新たな流れがあり、これを表す言葉として「飽欲の時代」という表現が、昨年、日経流通新聞に掲載されていました。これは、すでに物質的な欲望は十二分に満たされ、何も欲しいものがないという若者たちの出現を指したものですが、このような傾向の中にも、従来のマーケティング戦略や企業論理からは、捉え切れない流れが出てきたものと感じております。

「目に青葉　山ホトトギス　初鰹」——という句がございますが、句を讃える日本人の伝統や考え、四季の移り変わりや自然の変化をめでる、あるいは待つゆとりや余裕が、今盛んに言われる「豊かさを実感できる国民生活」の根本として、見直されていかなければならない時期に来たのではないでしょうか。

当業界にとりましても、余暇産業全体にとりましても、このような意識、価値感の変化は、重大な転機として捉えるべきものであると考えております。

国民に楽しみ、喜びを提供する産業として、特にお子さまや若者たちを対象として、健全娯楽の育成を標榜しております当業界が、少々見当違いではないかと思われるような風営法に代表されますさまざまな規制、制約に縛られて、思う存分に持てる力を発揮できないことは、まことに残念であるとともに、業界団体として、あるべき方向を世に問いかけていきたいと存じます。

また、ビジネスの面だけでなく業界全体として、今、ストレス社会の重圧にさまざまなシグナルを出している子どもたちに、何をしてあげられるのか、高齢化社会の到来に当たって、業界はどのような新たなサービスを提供することができるのか、といった社会的な貢献も、真剣に考えていかなければならない責任と義務があると考えております。

業界の各位におかれましては、多様化する価値観の変化に対する捉え方や、ますます期待される産業としての自覚を新たにしていただくと同時に、当協会に対しての一層のご支援、ご協力をお願い申し上げて、新年のご挨拶とさせていただきます。

新年展望

出会いと感動と納得を

菱川文博 ㈳日本アミューズメントマシン工業協会（ＪＡＭＭＡ）副会長
コナミ工業株式会社・代表取締役社長

輝かしい一九九一年の新春を迎え、謹んでお慶び申し上げます。併せて皆様方のご活躍とご健勝を祈念申し上げ、同時に変わらぬご支援、ご協力を賜りますよう懇請申し上げる次第であります。

内外情勢は、激動、急変の度を一段と強め、急迫する中東情勢、EC統合の促進、新生ドイツの誕生、東欧社会主義圏の変貌等々、通常の歴史では優に二、三世紀を要する改変が、わずか二、三年で実現するというあわただしさに、まさに私どもは目をみはるばかりです。

国内情勢でもこれらの地球の地殻変動を敏感に反映し、政治面ばかりでなく経済面への影響も誠に大きく、原油高騰、円の急上昇、金利高、株価低迷、個人消費設備投資の鈍化など楽観を許さぬ一連の状況が続いています。

しかし、このような基本情勢の中にあって幸いにも私たちアミューズメントマシン業界をとりまく情勢は、かなり恵まれた環境を享受しています。レジャー白書によると余暇市場は、トータルで六三兆円で前年比八・一%の伸びをみせ（名目国民総支出の伸び六・五%を大きく上回る）、仕事偏重から大きくシフトし、自由の活用に生きがいを求めるという余暇重視派が年を追って増加し、十年後には、百五十兆円市場に近づくことが予知されているところです。

その中で当業界が直接関連している娯楽部門の市場規模は、三六兆円とこれまた好調な伸びを示し、余暇市場全体に占めるシェアも六〇%と非常に大きく、要するにゆとりと豊かさを根底とする憩い、遊び、生きがいづくりに大きな価値感を求める本格的生活文化社会の到来を物語っています。

お陰で当業界は、構成各社の必死の生き残り戦略への努力が実り〝遊び〟に対する意識変革とも相まって今や業界全体がフォローの風を受けており、今後、油断なく創造的努力を重ねる限り、ますます堅実に発展することが約束されていると私なりに確信しています。とはいうものの、一方で特定テーマに基づくハード、ソフトを統一した大規模レジャーランドやテーマパーク、さらには大型ロケーションが全国各地で続々と建設、開園されるなど、他業種大企業の進出、参入も目ざましく、まさにボーダーレス時代の余波を受け国内のみならず世界的にし烈な競争を余儀なくされつつあることもまた事実です。このように業界環境は明るさと、厳しさの両面に囲まれ、まさに競争と共存を不可欠とする新しい時代に突入していると言えましょう。

以上の基本認識の下で、メーカーが当面する本年の課題は次の三点と考えます。その第一は、急上昇するハイテク技術を全面的にとり入れ、ユーザーニーズにマッチした創造性豊かなハイレベル商品で、しかも出会いと感動と納得を与えるものを開発し、これに対応した市場の拡大と創造を図ることであります。

第二は、例年強調されてきた健全化の徹底を期することでありましょう。遊びに対する意識の変革がもたらされたとはいえ、まだまだ一部には、アミューズメントに対する偏見や無理解もあり、引続いて息の長い健全化への努力を積み重ね、新しい人間文明の本質に貢献する価値ある業界であるとの目ざめを促さなければなりません。

第三は、JAMMA会員が協会の目的とする理想の実現に向け、一致団結を一段と強めなければならないという問題でありましょう。この業界の業種範囲が大きく広がるとともに、その中での競争が一段と激化することは明らかでありますから、私たちは、アミューズメントのプロであるとの認識を深めつつ企業独自の健全な競争と、一方で共通底辺に立脚した企業間の協調を図り、社団法人JAMMAの目ざす目標に向かって強固な団結を図らねばなりますまい。

特に世界経済のグローバル化、ボーダーレス時代の突入に臨む私たち業界も世界的な協調、結束こそが、今年何にもまして要請されることになるものと考えています。

最後に今年が業界全体と個々の構成企業の皆様にとり、極めて意義深い年でありますよう心をこめてお祈りし、新年のご挨拶に代えさせていただきます。

新年展望

感性を開発する重要性

辻本憲三
㈳日本アミューズメントマシン工業協会(ＪＡＭＭＡ)理事
株式会社カプコン・代表取締役社長

新春あけましておめでとうございます。

昨年は十月十六日に念願の店頭公開をさせていただきましたが、これもひとえに業界の皆さまのあたたかいご支援の賜ものと深く感謝いたしております。

当社もこれからは、公開会社として社会性というものをより重視した経営の発展を期するとともに、業界の発展につきましても、前向きの姿勢で積極的に努力してまいりたいと存じております。

公開に際しまして当社は、対外的に「感性開発企業」であるということを申してまいりました。また当業界のことを私どもは「感性消費産業」ということでＰＲしております。本年は一九九一年。これからの十年間は二十世紀の後始末と二十一世紀への準備期間であります。二十世紀はやはり「物」への執着の時代であり、私どもは「胃袋産業」と呼んでおりますが、食べるものや生活必需品など生活関連の分野のものが不足し、この不足しているものを供給すれば商売になりました。胃袋がハングリーな時代だったと思います。確かに世界には豊かな人と貧しい人がまだまだ存在していますが、二十一世紀にはこの問題も人類の英知と生産性の向上によって解決されていくでしょうし、すべての胃袋が満タンになったと思われる時代が来るでしょう

そのようにして、二十一世紀は衣食住についてもすべて、感性を求められる時代になると思います。寒いから服を着るとか、腹が減ったから食事をする。雨露をしのぐ家が要るという時代ではないと思います。まず何よりもクオリティの高い感性に恵まれた衣服が売れるでしょうし、食にしても環境と感性に富んだ工夫された料理が好まれるでしょう。住はやはり土地とかいうことより、環境とスペースとレイアウトの感性が求められるでしょう。このようにすべて人間の感性を満足させる商品構成が必要になると考えます。これが実現するには十年の歳月がかかるかも知れませんが、その十年も一年目から始まって徐々にその影響が出てまいります。それは、私どもの産業が過去浪費産業とか社会悪かのように言われていたのが、完全にこれからの成長産業だというように世間の認識を得られる時代になったのが、何よりの良い証拠ではないでしょうか。

「感性の開発」とか「感性消費産業」をより具体的に表現することは非常に難しいことで、実際にどのように商売をすれば良いのか的確には表現できません。しかしながら、日本の全産業の中で、私どもの産業がこれを的確にビジネスとして成長させていることは間違いないと思います。いま経営の衝に当たっている私たちの年代は、後十年、二十年で次の時代の後継者にこのビジネスをベストの環境でバトンタッチするために、今が一番大事な時ではないでしょうか。この十年は競争の激しい時代になると思いますが、私はこのような考えをもって経営にあたれば、私どもの業界と会社の発展に必ず寄与するものと信じております。

新年の展望というよりも二十一世紀への展望のようなことをるる申し上げましたが、私は、新年一九九一年を二十一世紀への移行準備に着手する意義深い年と受けとめており、所信の一端を述べさせていただきました。

どうか業界の皆さま、本年も相変らぬご支援ご鞭撻を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

謹告

平素は格別のお引立を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、この度弊社が発表致しました業務用ゲームハードウェア"一本用「ＮＥＯ・ＧＥＯ」ハードキット"は弊社が独自に開発製品化したオリジナル製品であります。

従って、この機械を無断で模倣またはこれに類似する商品として製造、改造、販売、輸出等の行為のないよう充分にご注意賜り業界の秩序維持、健全な発展のために皆様のご協力をお願い申し上げます。

平成三年一月

大阪府吹田市豊津町十八番八号
株式会社　エス・エヌ・ケイ

新年展望

「感動ある遊び」求めて

山田數夫
㈳日本アミューズメントマシン工業協会(ＪＡＭＭＡ)理事
株式会社トーゴ・代表取締役社長

謹んで新年のお喜びを申し上げます。

今年も旧年に倍するご協力、お引立てを賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

平成もすでに三年目を迎えまして、新しい時代がいよいよ本格的に動き始めようとしています。しかしそれはある意味で、私ども「遊び」に携わっている者にとりましては、難しい時代の始まりかもしれません。

時代のひとつの流れとして、衣食住のすべてに「遊び心」が必要とされるようになってまいりましたが、一方でさまざまな経済効果を誘発させるために「遊び」がその本質から離れ、残念なことに利用されるという傾向も見受けられます。業界の諸先輩方がご苦労をされ育ててこられました「遊び」というものが、今こそ理念だけにとどまらず、社会の変化の中で多くのさまざまな問題を残しながら急激に変化し拡大しようとしているように思われます。

しかし、人の心を感動させることができないような「遊び」は、おのずとその結果を出すものでありましょう。ただ、その結果が、私どもが長年社会に提供し続けてきた「遊び」にどう影響してくるのかということが、今後の大きな問題となってくるのではないでしょうか。

本年は、昨年以上にレジャー業界が注目を集めるようになるものと思われますが、そのような時代こそ業界が一致団結して一丸となり、「感動ある遊び」を提供しなければならないと考えます。

ショッピングセンターにおけるロケーションの大型化、本格的屋内遊園地のコンプレックス、テーマパークの開発、リゾートレジャーの拡大、そして海外メーカーとの世界的市場での競合など、課題は山積みしています。

それらに対応していくためには今まで以上にハイテクを駆使した遊戯施設、営業形態の革新、さらにまったく概念の違う新しい「遊び」の創造といったものが、これまでにも増して必要とされてくることでしょう。そして最も大切なのは、お客さまが本当に「楽しかった」と感じて下さるよう、「遊び」の本質というものをしっかりと見極めることだと思います。

質の高い「感動」を提供することこそ、私どもアミューズメント業界の「遊び」を創るプロとしての社会的な使命であるとともに、業界を飛躍させていく根源だと思っております。

私事で申し訳ございませんが、このたび私は、皆さまのご推薦をいただき、国際遊園地協会（ＩＡＡＰＡ）のアジア地区理事という大任を仰せつかりまして、ますます「遊び」の大切さ、そしてこの仕事に携わる者としての責任を痛感している次第でございます。

レジャーというものが華やかに取り沙汰され、わがアミューズメント業界も一見、順風満帆のように思われがちですが、ここで「人と遊び」ということをもう一度考え直しまして、二十一世紀につながるひとつのステップとなるよう、微力ではございますが、業界の発展のためになお一層努力をしてまいりたいと思っておりますので、今後とも皆さまのご指導、ご鞭達を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

皆さまのご健康とご発達をお祈り申し上げまして、新年のご挨拶とさせていただきます。

新年展望

ソフト面での安全管理

山田三郎
全日本遊園施設協会（ＪＡＰＥＡ）会長
泉陽興業株式会社・代表取締役社長

年頭にあたり、新春のご挨拶を申し上げます。

わが国では近年、国民生活の向上または国際関係の調和の視点から、内需拡大、余暇産業の充実、リゾートの整備などが、国民的な課題として取り上げられてきております。このうち、リゾートの整備につきましては、既に各省庁が大型リゾートの整備計画の促進の必要性を打ち出しておりましたが、昭和六十二年六月に「総合保養地域整備法（リゾート法）」として法制が一本化し、リゾート整備計画が本格的に取り組まれることになり、ここ数年来、全国各地に長期滞在型の大規模リゾートが、実施、計画されてまいりました。

レジャー業界もこれに対応するため、新しいスタイルのレジャー施設を開発してきております。近年、全国各地に「テーマパーク」計画が続出している現状を鑑み、わが業界としましてはレジャーと遊園施設のあり方について、改めて考慮する必要があると思います。

また、最近の市場統計等を見ますと、わが国のレジャー市場は、年平均約八％以上の高成長を遂げ、二〇〇〇年には百五十兆円大市場を形成するといわれております。わが遊園施設業界は、レジャー業界の一翼を担っている業界でありますので、積極的に参画していかなければなりません。

このためには、遊園施設の「安全」を主軸とした施設の構造面（ハード面）の対策と維持運行管理面（ソフト面）の対策を徹底的に研究し、遊園施設の利用者が、安心して楽しめるようにすることを最大のテーマとしなければなりません。このテーマは、わが協会といたしましても従来から根幹をなすテーマとしており、ハード面、ソフト面の安全対策の検討を、それぞれ専門の委員会を中心に行ない、常に協会の総力を挙げて対処しております。

遊園施設は大型化、高度化し、最近では直径百メートルを超える観覧車や時速百キロメートルを超えるコースター、あるいは外国から輸入された新しい機種が登場しております。

これら大型、高度の遊園施設は、高速度、大加速度または高架の施設で、運転方式も複雑な操作を必要としますので、ハード面、ソフト面にわたっての「安全性」を研究しなければなりません。

また、ショッピングセンターや大型レストランにまで、小型のメリーゴーランドなど、ニーズに沿った多種多様な機種が設置されてきております。これらの施設についても、ハード、ソフトの両面からの安全対策を図る必要があることは当然であります。

最近、遊園施設のソフト面の安全対策の重要性が特に言われ出しました。これは近年、遊園地やレジャーランド、そして博覧会会場等はもちろんのこと、大規模化したショッピングセンターや大型レストラン内などにも、数多くの遊園施設が設置されるようになり、これに伴い、遊園施設を直接運営管理する方々が、往々にして専門外の人であることから、ソフト面の安全対策が必ずしも十分でない場合があるためであります。

わが協会では、遊園施設の「安全」につきましては、設立当初から大きなテーマとして、常に研究、検討を行なってきているところであります。遊園施設の所有者、管理者の方々をはじめとして、運行管理に携わるすべての方々は、常に基本は「安全」にあることを十二分に理解し、そして実行しなければなりません。

わが協会では、昨年四月に「遊戯施設セーフティダイジェスト」を作成しました。これは建設省通達「遊戯施設の維持及び運行の管理に関する規準」を平易に解説したものであり、遊園施設の所有者または管理者、運行管理者、技術者および運転者の方々に、遊園施設の安全な維持および運行管理について広く理解し、実行するための参考にしていただくように作成したものであります。

遊園施設のソフト面における重要な点は、「安全な運営」、「安全な管理」および「安全な運行」であると言えます。また、故障や事故時の緊急時における対処の体制が、常日頃から徹底していることもソフト面としては重要なことであります。

これらについて常に適切に対処するには、所有者は、運行管理者や技術者および運転者など遊園施設に携わっている方々に対して、業務上必要な知識や技能を修得させるための教育・研修等が必要であり、それが実行されてこそ遊園施設の「高度な安全」が得られるものと思います。

本年の年頭にあたり、本紙の紙面をお借りして遊園施設の安全対策の重要性について、所見を述べさせていただきました。

本年も皆さまのなお一層のご活躍とご多幸を心からお祈り申し上げます。

新年展望

高級化志向と人手不足

内田　博
日本ＳＣ遊園協会（ＮＳＡ）会長
株式会社 友栄・代表取締役社長

新たなる年を迎え、会員の皆様をはじめ、業界関係のすべての方々に謹んでご挨拶を申し上げます。今年も皆様のご発展が確かなものでありますよう、また健やかな毎日を過ごされますよう祈念いたします。

さて九〇年代最初の年は、まことに慌ただしく過ぎていきました。昨年のはやり言葉の中に「気象庁始まって以来」という言葉が選ばれたそうですが、そういう言葉だけでは歴史的な意義が包みこめそうにないほど重大な政治的、経済的そして社会的な大変動が起こったことは今更述べるまでもありません。交通・通信手段の発達の結果、世界は狭くなり一体化している今日、この大変動は日本にも重大な影響をリアルタイムで及ぼしていることを、私たちは日常の上にも感じております。

私たちの事業について顧みますと、日本の市場閉鎖性の改善がアメリカから強く求められ、大規模小売店舗法の運用が緩和されることになりました。そして規制緩和（平成二年五月）以来、半年間に出店表明した大型店は実に九百店と前年同期の二倍以上、このほか千三百店以上が今後一年以内に出店できる予定と伝えられていますが、当協会が約五年前に調査した大型店内プレイランドの数は約千九百ヶ所であったことを考えると、いかに激烈な変化がここ数年の間に起こるか理解できるでしょう。オーナーはもとより、私ども自身も、経営の存続を賭けた戦略が競われるであろうことを覚悟しなければなりません。

昨年のSCプレイランドの売上げは、一般的には好環境下の順風をうけて好調であったように思いますが、しかしすでに、新店はもとよりリニューアルに際しても、オーナー側から従来以上に装飾や施設の高級化が真剣に求められるようになり、さらにテーマパークの数多くの出現によって、ロケーション規模の大小を問わず、テーマ性までが重要視されるようになってきつつあります。これが「ゆとりの時代」・「高級化・差別化」の趨勢とはいえ、同業者間の競合をさそい、私ども中小オペレーターにとっては極めて厳しい事態になりつつあることを懸念せざるをえません。

また産業界における人手不足が大いに危惧されていますが、この産業においても急速に逼迫してきているようです。サービス事業にとって従業員の質は何よりも大切ですが、昨今では質を云々する前に人そのものが確保し難くなっています。人手不足は、これまで高年齢者でも可としてきたSC遊園地においても例外ではなくなってきました。募集しても、以前と違って、欲しい人材はおろか、応募者が激減してしまったとの嘆きは地方においても一様に耳にするところです。人手不足が一過性のものでなく、定常的な長期的な事態であるとすれば、とくに屋上遊園地など気象条件の厳しい職場への募集は、待遇のアップしかなく、それだけに経営する者にとっては頭の痛い問題であります。

今年の重要な課題は、このような経営の厳しい課題に対し、自社なりのしっかりした対応策を打ち出し、地道に努力を重ねて行くことしかないと考えます。当協会といたしましては、経営情報の交流をさらに充実することが必要であります。

皆様のご鞭撻とともに、格別のご支援をお願い申し上げ、新年のご挨拶とさせていただきます。

第11回全日本マイクロマウス大会で
オッテン氏優勝
競技ルール変更でスピードアップ

加藤一郎審査委員長

マイコンを搭載した自立型ロボットによる競技会「第十一回全日本マイクロマウス大会」が㈶ニューテクノロジー振興財団の主催で、十一月二十三―二十五日、東京・北の丸公園の科学技術館で開催され、米国から参加したデビッド・オッテン氏が優勝するなど、内容は一段と充実した。

この催しは科学技術への理解を深めることを目的として、㈱ナムコ（本社東京、真鍋正社長）の全面的協力により、八〇年から毎年同時期に開かれているもの。競技種目は、迷路脱出時間を競う「マイクロマウス」をメインに、「エキスパートビートル・シミュレーション」、「ロボトレース」の三種で、前回と比べると一種（エキスパートビートル）減ったが、マイクロマウスとロボトレースで初心者向けが加わっている。なお競技のほか「ジュニアロボット工作教室」も開かれた。

「マイクロマウス」競技は、有線や無線での交信が許されない自立型ロボット（サイズは縦横とも二十五センチ以内）が、二百五十六区画（一区画は十八センチ平方）に仕切られた迷路を進み、ゴールにたどり着くまでのタイムを競うもので、制作するロボットのハードとソフトの絶妙なバランスが要求される。

同競技は今回から、フレッシュマンクラスとエキスパートクラスの二部に分けられた。これは初めて競技に参加するマウスと、出走経験のあるマウスが同一条件で競うのは、初参加組にとってハンデが大きすぎるということから分けたもので、迷路に難易差がつけられた。また、これと併せて競技ルールを一部変更、制限時間は十五分が十分間になり、最高トライ回数も十回が五回になった。

ルール変更について、事務局では「短時間により一層確実な探査とマウスのスピードアップが要求され、エキスパートクラスはこれまで以上に難しくなった」としている。

エキスパートクラスには、米国からマサチューセッツ工科大学（MIT）の研究員、デビッド・オッテン氏が昨年に続いて参加した。同競技は十一月二十四日に予選が行なわれ、二十七台がエントリーし出走したのは二十四台、うち十六台が完走した。

決勝大会は二十五日に開かれ、予選通過マウス十五台と、地方大会で優勝したシードマウス六台の計二十一台が出走、うち十八台が完走した。

競技の結果、オッテン氏の「MITEE6」が十六秒五三の好タイムで優勝した。このマウスはスタートとゴールの間を繰り返し往復しながらスピードアップするという「ヨーロッパルール賞」と探索賞も併せて受賞した。二位は仙台空港マイコンクラブの「RJSS」で、三位は寸土勧氏の「YOKOHACH∞」だった。昨年まで三年連続優勝した井谷優氏の「NORIKO89改」は、予選通過タイムはトップだったが、決勝では十三位とふるわなかった。

フレッシュマンクラスでは予選がなく、そのまま本競技が行なわれ、三十五台がエントリーし、三十一台が出走、うち十二台が完走した。優勝は札幌市の青少年科学館に勤める平間香苗さんの「いずりん」で、タイムは二十秒八三だった。

「エキスパートビートル・シミュレーション」競技は、マイクロマウス競技の迷路の中に置かれた障害物を発見し、迷路の外へ排除するためのソフトのプログラミングを競うもので、参加者が各自パソコンを持ち込み、TVモニター上で行なう。同競技は十一月二十三日に行なわれ、六名のシミュレーターが参加した。その結果、二十一個の障害物を九分五十九秒七〇で排除した砂田英之氏の「DEW」が最優秀賞を獲得した。

「ロボトレース」は、床面に引かれたリードラインをロボットがトレースして進み、ゴールまでのタイムを競うもの。同競技では今回新たにジュニア部門が設けられた。これはジュニアロボット工作教室に参加した小学生の作ったロボットを対象とするもので、リードラインは一般部門より大幅に簡略化されている。

「ロボトレース」一般競技では七台が参加、うち四台が完走した。市川英弘氏の「ぬーぼ2」が十五秒四一で優勝した。同ジュニア部門には五十九台が参加、五十台が完走した。堂元涼君が四十七秒五六で優勝した。なお今回の工作教室には約九十名が参加した。

競技終了後、審査委員長の加藤一郎氏（早大理工学部教授）が総評を行ない、「マイクロマウスの競技ルールが厳しくなったが、参加者はそれによく応えてくれた。これは十年間のブラッシュアップの成果と思う。海外から参加したオッテン氏の優勝は、日本の参加者に良い刺激となった」と語った。また審査委員の由田信一氏（筑波大電子情報工学系助教授）は、「斜め走行、迷路探索方法の多様化など、技術レベルはどんどん高くなっている。上限はまだ見えない。今後が楽しみだ」と語っている。

写真は第11回マイクロマウス大会にて、上は優勝したオッテン氏（左側）

東京と大阪で
タイトー新作展
「ガンフロンティア」など披露

㈱タイトー（本社東京、長谷川桂祐社長）では同社プライベートショーを、東京会場は十一月二十日に飯田橋のホテルエドモントで、大阪会場は二十二日、大阪・梅田の大阪第一ホテルで開き、TVゲーム機を中心にその他アーケードゲーム機、メダルゲーム機など十数機種（うち半数近くは他社製品）を紹介し多彩な展示内容となった。同ショーには両会場合わせて約二千人のオペレーターら関係業者が集まった。展示内容は次のとおり。

TVゲーム機では同社〝F2システム〟第九弾となる縦スクロール空中戦ゲーム「ガンフロンティア」、同第十弾の麻雀ゲーム「麻雀クエスト」、また「WGP」改造版で計器類のみだったプレイヤー車の全体を画面下に表現した「WGP―2」を披露した。

このほかはすべて他社製品で、戦士が歩きながら敵を倒していくUPL製の戦闘アクションゲーム「バンダイク」、ビスコ製「サンダー&ライトニング」。以上五機種はすべて参考出品。金子製作所の「ギャルズパニック」。

その他アーケードゲーム機は、TVモニター付きのパンチングマシンでグローブをはめて敵にパンチを加える「スーパーソニックブラストマン（SB）」（参考出品）、硬貨を転がし中央で回転する筒の入賞口に入れる「ころころポン」。またトーゴ製のモグラ叩き機「UFOモグラ」と「ロックンモールモグラ」も展示。

メダルゲーム機はすべて参考出品で、立体映像による女性ディーラーを配した五人用TVポーカーゲーム機「ペガスシャッフル」、一人用マネープッシャー「スプラッシュフォール」（ビスコ開発）、同社メダルゲーム機専用「SP筐体」を使ったTVポーカー「フォーチュンポーカー」とメカスロットマシン「ビリオネア」（3リールと5リールの二タイプ）。

このほか紙幣循環機能付きの両替機（両替専用機とメダル貸し併用型）、パイオニアのレーザーカラオケ「オートチェンジャー」を展示した。

写真はタイトー新作展にて、下は東京会場、上は大阪会場で（左から）中西相談役、津留崎部長、大植専務

全国7ヵ所でカラオケ用
AV機器ショーも

タイトーではまた、十一月二十二日、業務用カラオケ関係を紹介する「オーディオ・ビジュアル（AV）機器総合発表展示会」を東京のホテルエドモントで開催した。

これは同社が新たに発売するカラオケ用ソフト「フォルテシモ」シリーズの披露を兼ねたもので、パイオニア、日本ビクターなど機器メーカー七社が協賛した。「フォルテシモ」は、日光堂によるLDソフト九十タイトル（二千五百九曲）を引き継ぎ、タイトーブランドとなっており、毎月一タイトル追加する。

長谷川社長は挨拶の中で「ゲームソフト作りの長年の経験とノウハウを生かし、ユーザーに喜ばれる良いものを提供していきたい」と語った。同社ではカラオケ事業部門の売上げを今年度百五十億円、三年後には二百億円を見込んでいる。

同展では新人歌手の歌謡ショーで盛り上げながら、協賛各社の新製品を紹介した。タイトーでは同社カラオケボックスでプリペイドカードの需要が増えつつある、としている。同展は東京のほか全国七ヵ所で催され、約二千人が来場した。

お知らせ

本号は1月1・15日合併号です

お役に立つ記事を満載している本紙ですが、このたび年末年始の印刷休みのため1月は合併号といたしましたので、ご承知おき下さい（次号は1月22日発行予定です）。なおご購読号数の変更はありません。

約1カ月間催された
千葉博に岡本とセガ社
幕張メッセでプレイランド営業参加

「食と緑」の現状や問題点を学びその未来を展望するという「食と緑の博覧会―ちば90」が十一月十八日から十二月十六日までの二十九日間、国際コンベンションセンター（幕張メッセ）で開催され、㈱岡本製作所（本社大阪、岡本典之社長）と㈱セガ・エンタープライゼス（本社東京、中山隼雄社長）が同博プレイランドに営業参加した。

同博は農林水産省の提唱で全国の都道府県が順次開催しているもので、千葉博では千葉県と県内の地方自治体などで組織する同博実行委員会が主催している。テーマは全国共通で、「食と緑―輝かしい生命の未来」。

今回の「ちば90」は幕張メッセの国際展示場全館を使用したが、単一屋内会場での「食と緑博」は全国でも始めてとのこと。主催者側がテーマに沿って展示するテーマゾーン、協賛企業などが出展するテーマ展開ゾーン、イベントや物販、飲食などの会場演出ゾーンの三ゾーンに区分された。これに三百八十の地方自治体や団体、企業が出展参加する一方、動員にも協力した。このため入場数は、目標の百万人を達成すると見られている。

「プレイランド」は会場演出ゾーン内にあって約二千三百平方メートルのスペースを占めている。岡本製作所はこのスペースの約半分を使用（残りはセガ社が使用）、中型乗物機、アーケード機など二十種類を設置、営業した。入口には音楽ロボットの「モンキーバンド」やFRP製巨大ロボットを配置しており、主な設置機種は次のとおりとなっている。

「ドラゴンコースター」＝走路全長三十メートル、最大速度時速三十五キロメートル、定員二十名。同機は建築確認を受けた遊園施設。「ミニエンタープライズ」＝回転式遊園施設で、定員二十四名。「バズーカ砲」＝的までの距離八メートルのガンゲームで十人用。光線銃ガンゲームの「シューティング・ミステリー」。お化け屋敷の「スリラーハウス」。このほか射的、輪投げ、かえる飛ばしなどのカーニバルゲーム、乗物機「サファリペット」など。

岡本社長は、「このイベントに参加するため一年前から準備してきた。短期間だが、入場者が予想外に多く、好調だ」と語っている。

セガ社は岡本製作所を通じて営業参加したもので、設置したゲーム機は約百十台。最新の体感マシン「R―360」一台（一ゲーム五百円）をメインに、TVゲーム機三十五台、プライズマシン二十台、メダルゲーム機四十台、スポーツゲーム機八台など展開した。同社では小中学生から大人まで楽しめるよう、機種構成を考えたとしている。

写真は「ちば90」プレイランドにて、上は岡本製作所、下はセガ社部分

風営法違反で香川県警が
第一興商を書類送検
未成年者への酒類提供の疑いと両罰規定で

㈱第一興商（本社東京、保志忠彦社長）が風営法違反（未成年者への酒類提供）の疑いで書類送検されていることが、このほど判明した。これは十二月四日付の中国新聞の夕刊で報じられた。

それによると、香川県観音寺市内で十月二十八日の夜、カラオケボックス帰りの未成年者（十五歳の有職少年）が飲酒、無免許運転で死亡事故を起こした（同乗の十五歳の女子高生が死亡）事件を調べていた観音寺署と香川県警防犯少年課が十二月三日、風営法違反で第一興商と同社経営のカラオケキャビン「ビックエコー本大店」アルバイト従業員三人を書類送検した。

調べでは、三人の従業員は事件の夜、事故を起こした少年たち五人に、未成年者だと知りながら注文に応じて缶ビール、フィーズ類を提供した疑い。同店経営の第一興商は風営法の両罰規定（第五十条）に問われたもの。

未成年者への酒類提供は風営法第二十三条第三項で準用する第二十二条第五号違反に当たり、カラオケボックスについて同条違反がいくつか摘発されているが、この事件では死亡事故につながっており、観音寺署では容易に済まないと見ている。

なお同条違反についての罰則は風営法第四十九条第三項第三号に定められており、六ヵ月以下の懲役または三十万円以下の罰金などとなっている。

第一興商はカラオケのリース、販売では最大手とされており、九〇年三月期の売上げは六百六十億円だった。

「デルビジョン」を
米社に製造許諾
電通プロ、初の技術輸出

㈱電通プロックス（本社東京、笠原靖弘社長）は、同社が権利を持つ立体映像装置「デルビジョン」に関し、米国のウィズ・デザイン・イン・マインド社（本社カリフォルニア州シャッツワース、スチーブ・ズーロフ社長、WDIM社）に北米地区での独占的製造販売権を与えたことを明らかにした。契約は十月一日付で行なわれ、十二月六日、電通プロックス本社で記者発表が行なわれた。

「デルビジョン」は三年ほど前に開発され、国内では地方博での展示用などに利用されてきたユニークな立体映像装置。基本的な仕組みは、テーブルの下にあるTVモニターの画像を半球面の反射ミラーを利用してテーブル上に浮かび上げるというもの。

WDIM社はこれまで「プラズマF／X」などユニークな展示装置の開発、製造を手がけてきており、「デルビジョン」を応用した製品化に意欲を持ち、契約したもの。同社では、ディスプレイ用、インターアクティブ用、コンシューマー用の三部門について開発化を進めたいとしており、米国では「マイクロシアター」の名称で展開するとしている。

とくにWDIM社はインターアクティブ用の例として、ゼネラルテレホン（GTE）社、（ヒット作「ドラゴンズレア」を開発した）アレンデザイングループと共同でTVゲーム機を開発中であり九一年三月にも発売できる、としており注目される。なおディスプレイ用は九一年一月から発売するとのこと。

記者発表には両社の代表らが出席、これらの経緯、計画など説明した。電通プロックスの野沢俊雄常務は、このような技術を「博展映像（イベント映像）」と規定したうえで、日本の博展映像技術が海外に輸出される初めての例となること、ソフトをWDIM社が開発することにより日米共同開発の博展映像でも初の例となること、など説明した。なお同社によると「デルビジョン」の特許技術は、日本で申請中だが、米国、カナダ、ドイツでは二年前に登録済みとなっている。

「デルビジョン」日米提携記者発表にて、上の写真（左から）野沢常務、笠原社長、ズーロフ社長。下は実物を披露しているところ

特許・実用新案出願公告・公開
（12月1日～16日）

特許庁に出願された特許および実用新案の公告ないし公開の最新分で、AM業界関連のものは次のとおり。記事内容は、公告／公開の日付、発明／考案の名称、出願人、公告／公開番号、出願番号の順に掲載。なお(請)は審査請求のあったものを示している。具体的な内容については、各地の発明協会などにお問合わせ下さい。

特許出願公告

十二月十一日＝「ゲーム機」、アレッサンドロ・クエルセッチ&シー・ファブリカ社（イタリア）、2-58943、58-136663。

十二月十三日＝「ゲーム機の表示装置」、コナミ工業㈱（兵庫）、2-59756、62-253428。

実用新案出願公告

十二月六日＝「カセット送出装置」、㈱ジョイス（東京）、2-46394、61-91776。

十二月十八日＝「点検ロボット」、㈱タイトー（東京）、2-46954、60-97401。

特許出願公開

十二月六日＝「スロットマシン」、㈱ユニバーサル（栃木）、2-295583、1-115465。

十二月七日＝「テレビゲーム機の座席傾動装置」、㈱タイトー（東京）、2-297392、1-117286。

十二月十一日＝「電子式陣取りゲーム」、東仁康（埼玉）、2-299678、1-120839。

十二月十四日＝「表示装置を有するメダル貸出機」、岸下龍太郎（神奈川）、2-302287(請)、1-122765。「迷路装置」、尾坂昇治（東京）、2-302289(請)、1-123938。

実用新案出願公開

十二月六日＝「風船割り競技装置」、清水洋（大阪）、2-143984、1-52295。「循環式水中観覧装置」、新明和工業㈱（兵庫）、2-143986、1-53840。「迷路施設構造」、日新企画㈱（愛知）、2-[illegible]。

十二月十三日＝「メダルリフト」、[illegible]工業㈱（長崎）、2-147183、1-[illegible]。「スロットマシン」、[illegible]（大阪）、2-[illegible]。「ゲーム機の案内表示装置」、高砂電器産業㈱（大阪）、2-[illegible]、1-24843。

東京都協、通常総会
全役員とも留任
減らない遊技機賭博に注意

駒井徳造会長

東京都アミューズメントマシン・オペレーター協会（事務局東京、駒井徳造会長、会員六十八社、TAMOA）では十二月十二日、東京・大手町のサンケイ会館で第二期通常総会を開き、役員改選により全役員を留任としたほか、事業年度の移り変わりに伴う予決算案などを承認した。

同総会には委任二十八社を含む四十五社が出席。冒頭、駒井会長が挨拶に立ち「業界は今、フォローと言うよりは上昇気流に乗っており、国民のレジャー指向や政府のリゾート開発構想など、われわれにはありがたい環境になっている」とし、また「先日警視庁で話を聞いたところ、遊技機賭博は減っていないが、取締まりはなかなか進まず、例年行なってきた十一月の集中取締まりは今年は大じょう祭の関係で実施できなかったとのこと。賭博業者とは業態が違うが、その排除にはわれわれも協力していかなければならない」と語った。

なお出席の予定だった警視庁保安第一課の江橋栄助課長は多忙のため欠席したが、同課長から業界浄化と暴力団排除に引続き協力してほしいとの伝言があった。

第二期（九月末まで）事業報告、決算案、第三期事業計画、予算案は異議なく承認された。うち事業計画は、AOUショーへの協力、他団体や地域との連携、行政への協力などを掲げている。

TAMOA総会（上）と近畿地区協議会およびOAO理事会のようす

AOU近畿地区協
養成講座を計画
新年会の券の割り当ても

AOUの近畿地区協議会（河合久雄会長）の第三回会合が十二月七日、大阪・日本橋の「とり菊」で開かれ、「新年賀詞交歓会」や「養成講座」の準備作業などについて検討した。同協議会には構成員十名中六名が出席。

「賀詞交歓会」については、近畿各協会合同という三年前の形に戻し、今回は奈良県協を加えた五府県協会合同で同協議会主催とすることになり、一月七日午後六時半から大阪・中津の東洋ホテルで開くことを決めた。これはパーティー券方式で招待券二十九枚を含む三百枚を発行目標とし、各協会に担当枚数を振り分けた。ただし大阪府協会員のみ一枚二万三千円で、ほか四県協の分は「交通費を勘案」し千円安い一万二千円とすることで了承された。

「養成講座」については今回から新しい形でまず近畿で開催することになったため、同協議会でその準備などの検討を行なった。この結果はAOU事務局に報告され、十二月十四日付で受講案内文が会員に配布された。それによると講座名称を「第十一回AM施設管理者のための青少年指導員養成講座」とし二月十二—十三日、大阪・天王寺の「なにわ会館」で開催。受講料一人一万円（宿泊は五千円追加）。受講定員二十人とのこと。

コナミ工業
上月会長が出演
テレビ東京系「トップ登場」で

テレビ東京系で十一月十七日に放映されたテレビ番組「トップ登場」に、コナミ工業㈱の上月景正会長が出演し、同会長の経営および人生に対する考え方などを語った。

この番組は毎週土曜日午前十時から三十分間放映されているもので、注目されている企業のトップにインタビューしながら、その人物や企業を紹介するという番組。

まずコナミ工業の本社および社員のようすなどが簡単に紹介された後、会長室でインタビューが行なわれた。

その中で上月会長はオリジナルソフト開発のきっかけについて「六九年創業当時、AM機は海外製の中古・再生品ばかりで国内にメーカーはなかったが、私は国産品を作ることは可能と考えて開発したのが始まり」とし、その製品を逆にニューヨークへ売り込みに行ったという思い出を語った。また「二十二年間この仕事をしてきたが、AM業界はまだ発展途上にある」と語り、「この仕事に巡り会ったことを感謝し、今五十歳だが、六十歳を過ぎたら教育面に身を投じたい。企業で成功したら営利と社会への奉仕事業とのバランスをとることが必要。今後も正しい道を進みたい」と述べた。

コナミ工業の上月景正会長

大阪府協、理事会
中間決算案示す
その他報告事項も了承

大阪府アミューズメントマシン・オペレーター協会（事務局大阪、梅原靖三会長、OAO）では十二月七日、大阪・日本橋の「とり菊」で第三十七回理事会を開いた。これは近畿地区協議会第三回会合の直後、引き続いて行なわれたもので、終了後は両会合出席者が合同で忘年会を開いた。

同理事会ではとくに検討事項は設けず、報告事項が中心となった。その主な内容は次のとおり。①近畿地区協議会で検討した「賀詞交歓会」と「養成講座」の内容、②「花博」での委託機械の最終売上げ合計額が六千八百三十万になったこと、③峯久副会長が「大阪府商工関係者表彰」を受けたこと、④平成二年度決算案の中間報告、⑤「OAO推薦ぬいぐるみ」の事務委託料として二ヵ月分で十万円の収入となったこと——などの報告が行なわれた。

岐阜県協、親睦目的に
温泉での懇親会
メーカーも参加、情報交換

岐阜県ゲーム機オペレーター協会（事務局岐阜、真鍋巧会長）では十一月二十六日、愛知県蒲郡市にある西浦温泉「銀波荘」で泊りがけの懇親会を催し、これに会員ら二十名が参加した。

これは先ほど定款を一部改正し、今年度から会員相互の親睦を図ることを事業に加えたことから、初めて行なわれたもの。今年度第一回理事会（十月二十三日）で検討し、参加費二万円のうち半額を協会で負担した。

懇親会ではナムコの猿川昭義販売部長らメーカー四社七名も参加して情報交換が行なわれており、同協会では「誠に有意義だった」とまとめている。

岐阜県協初の懇親会（上）と山口健娯協臨時理事会のようす

静岡県協、臨時総会
杉山氏が会長に
曽我氏は多忙のため辞任

静岡県アミューズメント協会（曽我栄蔵会長、正会員三十六社）では十一月二十八日、熱海の大月ホテルで臨時総会を開き、役員改選により新会長に杉山勉氏が就任した。

役員改選は任期満了に伴うもので、同協会では従来も総会の前に改選のための臨時総会を開いている。席上、曽我会長は自社業務多忙のため辞意を表明、改選の結果、曽我会長は元会長の吉川正明氏とともに相談役となり、新会長には幹事長の杉山氏（㈱ライト）が選任された。このほか理事として吉川正憲氏、監事として石田善久氏と仁枝希六氏がそれぞれ新任となり、このほかはすべて再任された。

なお事務局は新会長会社内に移転し、所在地などは次のとおり。

静岡県アミューズメント協会・事務局＝静岡県熱海市水口町五の十三、㈱ライト内、☎（〇五五七）八三—三一〇〇。

山口県協、理事会
入会審査見直し
中国地区合同会議を模索

山口県健全娯楽業協会（事務局宇部市、萩田雅重会長）では十二月六日、萩市内の「萩本陣」で忘年会を兼ねた臨時理事会を開き、会員増強や今後の方針などを検討した。

なおこれには広島県協の平本将人会長と事務局の石原雅文氏も出席し、“中国地区協議会”発足に向けての説明を行なった。

新入会員二社を承認した後、過去にGマシンなどで問題になった業者からの入会希望に対する対処方法を検討。その結果、「完全に門戸を閉じるべきではない」との意見が多数を占めたため、五年間の猶予期間を設け、その後二社以上の推薦があれば入会させることになった。このほか通常総会（一月下旬予定）の内容などを検討した。

なお中国各県協会は一月中に初の合同会議を開く予定になっている。

訂正

十一月一日号に掲載したAOU関東・東海地区協議会の記事中、副会長に加茂善康氏とあるのは間違いで、正しくは早見一義氏でした。議事録の間違いによるもので、本人のお申し出により判明しました。

2年ぶりに自販機工業会主催で
自販機フェア90
写真コンテストの入選作展示

自動販売機およびその中身商品や関連機器などを一堂に集めた「90自販機フェア」（日本自動販売機工業会主催）が、十一月二十八日から四日間、東京・晴海の国際見本市会場で開かれ、AM業界関係から旭精工㈱（本社東京、安部寛社長）、大平技研工業㈱（本社岐阜、大平輝雄社長）、㈱日本コンラックス（本社東京、岡田真治社長）などが出展した。

同フェアは二年ぶりの開催となり、自販機メーカー二十四社を中心に計六十一社が出展し、過去最大規模となった。自販機の普及台数は全国で約五百三十七万台（八九年末現在）となっているが、主催者の工業会では「現在自販機市場は飽和状態に近く、新旧の機械の入替え需要が中心」としている。また「自販機には単に代替機能でなく、消費者のライフスタイルの変化に対応した新しいサービス機能の開発が期待されている」とし、今回のフェアのテーマを「より多彩に、より多能に、ふれあい夢BOX」に設定。

こうしたことから同フェアでは、商品収容量の増大やハイテクを駆使したメンテナンスの簡易化、機能性アップを特徴とした新製品が多数展示された。さらに人間の声に反応して商品を出す対話型カップ自販機、室内の中央にも設置できる“コミュニケーション・コア・ベンダー”など、二十一世紀を見据えたものも紹介された。また特別企画として「自販機のある世界」をテーマに一般公募した「フォトコンテスト」も行なわれ、その入選作が会場に展示された。

なお自販機業界が実施を予定していた共通プリペイドカード「JAMAカード」については、導入してもコストが高くつき採算が合わないとのことなどから、実施を見合わせているような状況とのこと。

出展社のうち旭精工は、セレクターやホッパー、カードディスペンサーなど各種の硬貨メカを紹介。情報端末機器から自販機、ゲーム機まで幅広い用途に対応できる機種を揃えていることをPRした。

大平技研工業は、漢字メッセージが表示できる高額紙幣両替機を中心に硬貨両替機など出品。

日本コンラックスは硬貨選別機やカード販売機のほか、電話回線で客と結び在庫管理を行なう自販機オンラインシステムを実演、紹介した。

このほかグローリー商事、国産金属工業などが、AM業界でも使われている両替機を出品した。

「自販機フェア」にて、旭精工（上）と日本コンラックスの小間

SNKの新作展
基板キット披露
新作ソフト5本も展示

㈱エス・エヌ・ケイ（SNK、本社大阪、川崎英吉社長）では十一月二十八日、大阪・江坂の東急インでプライベートショーを開き、「NEO・GEOハードキット」を発表するとともに、新ゲームソフト「ASOII」「キング・オブ・ザ・モンスターズ」など今後発売予定のものを数タイトル披露した。

同ショーは㈱タイトー（本社東京、長谷川桂祐社長）と㈱カワクス（本社大阪、川楠俊太郎社長）が協賛して開かれたもので、この二社が「NEO・GEOハードキット」の総発売元となる。同ショーには全国からオペレーターら関係者約八百五十人が参集した。

「NEO・GEOハードキット」は、ソフト一本だけを交換式で搭載できるようにしたJAMMA規格対応基板で、同社製以外のキャビネットで使えるもの（本紙前号参照）。披露されたゲームソフトは次のとおり。

①「ASOII」＝「ASO」の続編だが、大幅にグレードアップされている。二人同時プレイも可能となり、アイテムも多彩になった。

②「キング・オブ・ザ・モンスターズ」＝巨大な怪物同士が怪物の王者をめざして戦うアクションゲーム。東京、神戸など全国各都市の街並の中で人間や自動車、建物を踏みつぶしながら暴れるという一風変わった画面構成に特徴がある。

③「戦国伝承」＝通常の世界と異次元の世界で戦士が敵と戦うアクションゲーム。敵の姿は奇異で予期せぬ現れ方をする。

④「バーニングファイト」＝大阪の繁華街を舞台にした格闘アクション。

⑤「ゴーストパイロット」＝戦闘機によるシューティングゲーム。このほかAMショーでも披露された⑥「リーグボウリング」、⑦「ラギ」（アルファ電子）、⑧「ブロックパラダイス」（同）、⑨「大すごろく大会」（モノリス開発）を出品。

また会場内の一角に「NEO・GEO」を設置する場合のゲーム場のモデルケースとして「ネオジオコーナー」を設け、同コーナー新設についての相談に応じ、同社はゲーム場作りの企画から運営面までをバックアップする態勢もあることをアピールした。

上の写真はSNK展にて。一番上は「NEO・GEO1本用ハードキット」展示部分。下はシグマ商事展（東京会場）のようす

サイコロゲームなど
シグマの新作展
東京と大阪でメダルゲーム

シグマ商事㈱（本社東京、真鍋勝紀社長）では同社プライベートショーを東京会場は十一月二十六日、浜松町の貿易センタービルで、大阪会場は二十八日、梅田の新阪急ホテルでそれぞれ開き、同社TVポーカーやメカスロットマシンのバージョンアップ版を発表、また三つのサイコロを使った新タイプのメダルゲーム機を参考出品した。

同発表会には東京会場約二百六十人、大阪会場約百三十人、計三百九十人のメダルゲーム場オペレーターら関係者が集まった。展示内容は次のとおり。

「アングリイ・ウェーブス」（参考出品）＝振り出される三つのサイコロの出目の中で、最も大きな数字を当てる“ボイジャーゲーム”（一ヵ所最高BET枚数十、最高倍率二百倍）と、これに勝つと、三つの出目のうち一つを当てる“ドラゴンゲーム”に獲得メダルすべてを賭けて挑戦（最高BET枚数九千九百九十九、最高倍率六倍）。

「ネクストダイス」（参考出品）＝振り出される四つのサイコロの目のうち一つを当てるもので、当たれば次々と倍率の高いステップへと挑戦（最高BET枚数十枚、最高倍率六百倍）。以上二機種はいずれも同じアップライト型キャビネットを使用し、来春発売の予定。

このほか賭け方を簡単にした「ザ・ダービーSX—1」、フィーチャーを加味したTVポーカーやメカスロット（三機種）を披露した。

ゲーム音楽CD
任天堂の大全集

任天堂の「ファミリーコンピュータ」と「ゲームボーイ」用ソフトの中から人気あるゲーム音楽をまとめて収録したCDアルバム「ゲームミュージック・グラフィティ／任天堂大全集」が、日本コロムビアから十二月一日発売となった。

収録曲は全部で二十四曲。全体が三部構成になっており、その内訳は「ドンキーコング」「マリオブラザーズ」を中心とした“カートリッジ編”八曲、「ゼルダの伝説」や「ファミコン探偵倶楽部」などの“ディスクカード編”九曲、「テトリス」「スーパーマリオランド」「ベースボール」など“ゲームボーイ編”七曲。CD三千五百円。

CD「ゲームミュージック・グラフィティ／任天堂大全集」

法人に改組

㈱シンワ（旧・親和商会）＝長崎県諫早市平山町一三八番地、☎（〇九五七）二四—一〇〇五、里葵社長。

事務所移転

㈲ビジョン＝北海道江別市野幌住吉町二十二の六、☎（〇一一）三八三—七五七四、森本輝昭社長。

サンリツ電気㈱＝東京都新宿区下落合一の六の一、宮村ビル、☎五三八九—六九二一、重田守社長。

IAAPA'90

限りない楽しさ求め 遊園施設の範囲拡大

日米の中型ロケ開発が進み活発な商談

写真はトーゴの小間（上）、米国チャンス社の小間のようす

遊園地市場の世界的な拡大に伴い、遊園施設やその関連機器、ソフト、サービスなどの分野が一段と活発になっている。こうした活発な遊園地市場を背景に、第七十二回IAAPA（インターナショナル・アソシエーション・オブ・アミューズメントパークス&アトラクションズ）ショーが十一月十四—十七日、米国ワシントンDCのコンベンションセンターで開催され、出展規模、登録入場者数など（本紙前号で報じたとおり）一段と盛り上がった。

別名「パークショー」と呼ばれるこの国際展示会は、遊園地関連業者の国際的な協会であるIAAPAが催す、この分野では世界最大の展示会で年々発展してきている。IAAPAは遊園地に関するあらゆる機器、ソフト、サービスを対象としていることから、このショーでは大型の遊園施設だけではなく、小型乗物機、カーニバル用ゲーム機と景品類、おみやげ品、ポップコーンなどの飲食関連品、写真フィルム、入場システムなどあらゆるものが出品される。

これは遊園施設だけで遊園地が出来上るというものではなく、あらゆる観点から人びとを楽しませるという総合的な見地で、さまざまなものが統一されたコンセプトで組み合わされている遊園地が発展していることをも示しており、遊園地を発展させようという人たちにとっては大いに参考になることで知られる。

日本からの出展

本紙では今回現地取材していないが、日本から訪れた人たちの情報や、本紙が長年会員となっているIAAPAなどからの情報をまとめた限り、今回のIAAPAショーはとくに郊外型の中規模のAMセンター開発が盛んなことを反映して、中型の遊園施設、カーニバルゲームの需要が増したのが特徴とされている。

むろんこれには日本からの買い付けが大いに関係しており、ここ当分米欧のこうした施設が日本にかなり導入されると見られている。

IAAPAショーで見るべきものは多いが、毎年それこそ人目を引く画期的な製品が次々と発表されるわけではない。メーカーはそれぞれの開発方針に沿って、長年にわたり開発を続け、その結果よいものが出来れば世界各地へ出回ることになるわけで、根気の必要な分野と言える。従って、ショーはその一場面でしかなく、これらの流れを見極めるにはそれなりの観点が必要とされる。

さて出展社のうちショーの主役となるのは、やはり大型の遊園施設メーカーで、米欧のメーカーのほか日本からは継続して㈱トーゴ（本社東京、山田數夫社長）と明昌特殊産業㈱（本社大阪、福田三德社長）が出展した。

うちトーゴは、「マッドホイール」のゴンドラ部分（実物）を出品するとともに、同機を含む同社遊園施設をアピールした。「マッドホイール」は八九年十月、浅草・花やしきで「ファンキーダック」の名称でオープンした観覧車の要素をもつ新しい遊園施設だ。

一方、明昌は実物出品こそないが同社の一連の遊園施設をビデオなどで紹介した。同社ではここ数年このスタイルを継続しているが、九一年には「サノヤス・ヒシノ明昌」となることから、九一年のショー（十一月十三—十六日、フロリダ州オーランド）には実物出品を含め、これまでより力の入った出展内容になるもようだ。

明昌の小間にて岡本会長（左から3人目）と坂本常務ら重役と関係者の1行

「トップスピン」

米国のメーカーではアロー・ダイナミックス社が「パイプライン」の仕上げに余念がない。これはキリモミ状に空中を駆けるというローラーコースターで、実験的な設置例はあるが、九二年ごろ完成の予定だ。チャンス・ライド社は回転式のスリルライド「ワイプアウト」を披露したが、機関車「CPハンティントン」でも有名だ。今回は明昌がすでに予約しており、同社の社名が目立った。

ドイツのフス社など欧州のメーカーの多くは、米国子会社から出展した。フスUSA社は、オクトーバーフェスト90で初めて披露された「トップスピン」をビデオで紹介した。フライングカーペットを縦方向に細長くした座席部分を、変則的に傾けるもので、このタイプの遊園施設はまだあまり例がないことから注目された。ドイツのハインリッヒ・マック社はすでに設置例のあるコースター「ボブスレッド」を紹介したが、これは近く神戸ポートピアランドに導入されるとのこと。

スイスのインタミン社、ドイツのジーラー社、オランダのベコマ社も一連の遊園施設を紹介した。まだよく知られていないスイスのボーリンガー&マブラード（B&M）社は、立ち乗りコースターを実物見本で披露している。このほかイタリアのSDC、サートリ社、オーストリアのワーグナー・ビロ社などもある。

イタリアのベルタッソン社によるメリーゴーランドの出品例

スイスのB&M社による立ち乗りコースター見本

左側上はドイツのマック社が出品したコースター「ボブスレッド」の車両見本、下はオランダのベコマ社による子ども対象の「ローラースケーター」の車両部分出品のようす

映像装置と組み合わせたシミュレーター分野も多いが、ショースキャン社は新作ソフト「スペースライド」を今回発表した。大型ではライドワークス社、オムニ・フィルムス社など、小型ではドロン社などいろいろ種類がある。

高度な技術（ハードとソフト）はオーディオ・アニマトロニクス分野でも、優れたものを生み出している。とくにユニバーサルスタジオ・フロリダ用に開発された「ET」が披露され、大いに注目された。これは米国クリエイティブ・プレゼンテーション社によるもので、同社は恐竜ロボットも展示した。この分野では、トーゴと提携しているサリー社が有名だが、いくつものメーカーがある。

日本からの出展が少ないのは、日本の製品を海外で売るのが外為相場から見てあまりにも不利だということが挙げられる。従ってトーゴや明昌が出展しているのは、輸出の目的ではなく、国際市場での関係を発展させることに意義を見出しているのではないか、と思われる。輸出入だけでなく、相互に技術交流することで、もっと優れた遊園施設が開発される可能性が出来てくるからだ。

ゲーム機の進出

今回のIAAPAには本紙が提携している米国の「リプレイ」も出展したし、米国のAMゲーム機メーカー協会であるAAMAも出展した。日本のメーカーの子会社に当たるセガUSA社、カプコンUSA社や米国のゲーム機メーカーが出展している。これは小型ゲーム機と遊園施設の中間に位置するAMゲーム機が出現していることを意味している。

「リプレイ」によるとセガUSA社はローリングTVゲーム機「R—360」を中心にTV機を出品した。カプコンUSA社は小型ボウリングの「ボウリンゴ」を出品した。こうして見ると日本のAMショーとよく似た水準にあることになる。

このほかペトソン社はTVガンゲーム機「マッド・ドッグ・マクリー」を、マイクロプローズ社はTV戦闘シミュレーションゲーム機「F—15ストライクイーグル」を出品、バリテック社やボブス・スペース・レーサー社などが、いわゆるカーニバルゲーム機を出品しており、その内容はAOAエキスポの延長ともなっている。

米国でも「ファミリー・アミューズメント・センター」というのが最近の傾向になっており、家族連れで楽しめる身近なロケーション開発が進んでおり、小さなアーケード（ゲーム場）でもなく、大規模な遊園地でもない中規模のロケーションが見直されている。そういうロケーション作りをするには、必ずIAAPAショーを訪れる必要がある、と言われるほど材料は多い。

すそ野拡大傾向

たとえば米国で人気のあるものにミニゴルフコースがある。郊外のレストランに付帯しており、親子でゴルフコースを楽しむというもので、この分野だけでも二十数社が開発を競っているほど。気象条件が異なる日本ではどうか分からないが、もうそろそろ日本に導入する業者がいても不思議ではない。こんな材料ならいくらでもある。

IAAPAショーは米国に拠点を持ち、今回も〝国際ショー〟として成功をものにした。遊園施設の展示会はヨーロッパにもあるが、IAAPAショーが完全に圧倒している。それは大きな市場を持つ米国を拠点にしているからとも考えられる。さて日本の市場はどうなっていくのか、と思う。

米国クリエイティブ・プレゼンテーション社が出品した恐竜ロボットの上部

Game Machine's Best Hit Games 25

90年下半期ベストヒットゲームズ25

「コラムス」首位 2位「テトリス」

テーブル型（各種ミディ型を含む基板タイプの）TVゲーム機の九〇年下半期の一位はセガ社「コラムス」で、八九年上半期以来連続一位となった同社「テトリス」をわずかな差ながら上回った。

同ゲームは九〇年三月発売のテトリスタイプの新ゲーム。「テトリス」と絶えず人気を分かち合ってきているが、「テトリス」ほどの衝撃力を持つに至っていない。最近「コラムスII」（九〇年十月発売）も加わった。

「テトリス」は米国テンゲン社を通じて許諾を得てセガ社が開発、八八年十二月から自社ロケ、レンタル用で出荷、八九年四月に発売に踏み切った大ヒット作。八九年中ほぼ毎回トップを続け、九〇年に入ってトップの座を明け渡しても常に上位をキープし続けている。同ゲームの与えた影響は大きく、とくにすばやい思考と判断を求める思考ゲームの新しい分野を築いたと言えるほど。

一位の「コラムス」、二十二位のセガ社「ブロクシード」もテトリスタイプの思考ゲーム。

三位のカプコン「ファイナルファイト」は八九年十二月発売の、同社得意分野の格闘アクションゲームで、九〇年二月一日号から連続五回トップを飾った。九〇年上半期は、一位の「テトリス」に次ぐ二位だった。

四位のコナミ「パロディウスだ！」は九〇年四月発売の、横スクロールのシューティングもの。元になるヒット作「グラディウス」シリーズのファン層が厚く、高い支持を受けた。

五位のテクモ「ワールドカップ90」は八九年十月発売の、サッカーゲームで、サッカー人気の盛り上がりを背景にヒットを続けている。こういう現象は野球ゲームについても言えるようだ。

六位のカプコン「ハテナ？の大冒険」は九〇年三月発売のクイズもの。クイズそのものがヒットする内容を含んでいるということか。この分野のTVゲームは海外に輸出されないという特徴がある。なおクイズものでは他に、十一位のタイトー「クイズHQ」（九〇年七月発売）、二十五位の「カプコンワールド」（八九年十一月発売）もある。

七位のナムコ「ワールドスタジアム90」（九〇年七月発売）は、上半期八位だった「ワールドスタジアム89」に代わる最新作。八位のセガ社「MVP」（九〇年二月発売）と同様に野球ゲーム。

以下九位のセイブ「雷電」は九〇年六月、十位のコナミ「トライゴン」は五月、十二位のセガ社「ボナンザ・ブラザーズ」は六月、十三位のアイレム「エア・デュエル」は六月、十四位の東亜プラン「スノーブラザーズ」は五月、十五位のカプコン「マジックソード」は七月に、それぞれ発売された。つまりほとんど同じ時期に、これらの力作が投入されたことになる。しかし、競争は激しく、これらの力作がかろうじてサバイバルゲームを生き抜いてきた。

息の長さでは「テトリス」のほか、「ヴォルフィード」「スーパーマスターズ」などがある。

テーブル型ＴＶゲーム機

順位	機械名（メーカー名）	得点
1	コラムス（セガ社）	2101
2	テトリス（セガ社）	2098
3	ファイナルファイト（カプコン）	1876
4	パロディウスだ！（コナミ）	1719
5	ワールドカップ90（テクモ）	1587
6	ハテナ？の大冒険（カプコン）	1412
7	ワールドスタジアム 90（ナムコ）	1393
8	M.V.P.（セガ社）	1361
9	雷電（セイブ）	1331
10	トライゴン（コナミ）	1238
11	クイズH.Q.（タイトー）	1228
12	ボナンザ・ブラザーズ（セガ社）	1104
13	エア・デュエル（アイレム）	1098
14	スノーブラザーズ（東亜プラン）	1053
15	マジックソード（カプコン）	1033
16	スーパーフォーミュラ(ビデオシステム)	1008
17	ヴォルフィード（タイトー）	979
18	スーパーマスターズ（セガ社）	974
19	コンバットトライブス（テクノス）	936
20	大工の源さん（アイレム）	901
21	戦場の狼　II（カプコン）	876
22	ブロクシード（セガ社）	873
23	上海　II（サン電子）	873
24	アウトゾーン（東亜プラン）	828
25	カプコンワールド（カプコン）	822

アップライト／コックピット セガ社「G―LOC」

アップライト／コックピット型TVゲーム機では、九〇年五月発売のセガ社「G―LOC」が一位となった。空中戦闘ゲームのシミュレーターで六月一日号以来連続三回一位となった。

二位もセガ社で「スーパーモナコGP」（八九年六月発売）。上半期一位の人気ゲーム。

ドライブゲームに強いナムコの「ウイニングラン鈴鹿GP」（八九年十二月発売）は上半期二位、下半期三位。ナムコの「ファイナルラップ」は「2」（九〇年八月発売）に切り替えて上昇中だが、十一位にとどまった。

四位のSNK「ビーストバスターズ」は八九年十一月発売のガンゲームだが、上半期の九位から浮上してきた。五位のジャレコ「ビッグラン」は八九年十月発売のドライブもの、上半期の七位からこれも浮上してきた。

上半期三位だったタイトー「SCI」（八九年十月発売）は六位へ。反対に八位だったセガ社「アウトラン」（八六年九月発売）は七位に戻し、ロングランを更新した。

八位のタイトー「エアインフェルノ」は九〇年六月発売のヘリコプター戦闘ゲーム。八月一日号から連続二回トップになった。四月十五日号から連続三回トップになったタイトー「WGP」（九〇年三月発売）は意外に伸びなかった。

TV麻雀ゲームについては、本紙ではAMタイプしか扱っていない（ベット式のギャンブルタイプは除外）。この分野ではビデオシステムの健闘が目立っているが、付加的な演出も限界に達しており、人気は全体的に下降気味となっている。

アップライト／コックピット型ＴＶゲーム機

順位	機械名（メーカー名）	得点
1	G―LOC（セガ社）	1571
2	スーパーモナコGP（DX）（セガ社）	1452
3	ウイニングラン鈴鹿GP（ナムコ）	1294
4	ビーストバスターズ（SNK）	1123
5	ビッグラン（ジャレコ）	1044
6	S.C.I.（タイトー）	1036
7	アウトラン（DX）（セガ社）	990
8	エアインフェルノ（DX）（タイトー）	984
9	ハード・ドライビング（アタリゲームズ）	962
10	WGP（DX）（タイトー）	906
11	ファイナルラップ　2（DX）（ナムコ）	853
12	バトルシャーク（タイトー）	833
13	オペレーション・サンダーボルト（タイトー）	681
14	ターボアウトラン（セガ社）	680
15	レーシングヒーロー（セガ社）	577

ＴＶ麻雀ゲーム機

順位	機械名（メーカー名）	得点
1	麻雀大予言（ビデオシステム）	1251
2	麻雀ねらえ！トップスター（日本物産）	860
3	アイドル放送局（システムサービス）	801
4	麻雀遊戯（ビスコ）	734
5	麻雀ファンクラブ（ビデオシステム）	688
6	麻雀夏物語（ビデオシステム）	658
7	麻雀レモンエンジェル(ホームデータ)	638
8	麻雀革命（ジャレコ）	530
9	麻雀レディーハンター(日本物産)	524
10	麻雀キャンパスハンティング(中日本リース)	505

フリッパー

順位	機械名（メーカー名）	得点
1	ローラーゲームズ(ウィリアムズ)	462
2	ワールウインド（ウィリアムズ）	322
3	アースシェイカー(ウィリアムズ)	262
4	オペラ座の怪人(データイースト)	247
5	マンデーナイト・フットボール（データイースト）	156
6	ジョーカーズ（ウィリアムズ）	144

全国の主なロケーション（現在27ヵ所）から寄せられたデータをもとに本紙では毎号「ベストヒットゲームズ25」を作成、掲載しているが、毎号単位でなくこの半年間（七月一日号から十二月十五日号まで）の掲載分について、改めて集計、分析したのが「九〇年度下半期ベストヒットゲームズ25」である。

もともとのデータは通常どおりの十段階評価であり、調査方法に変化はないが、期間の途中で出てきたり消えていったりするものは、当然数字が小さくなる。反面、根強い人気を持つものは、ふだんのチャート以内に現れていなくとも、このチャートには現れてくることになる。根強い人気こそ最大の魅力ではあるが、このチャートはあくまでもひとつの目安にすぎず、どういうゲーム機が本当にオペレーターのためになるか、を考えるための参考であることを、念のために申し添えておく。《編集部》

フリッパーでは 上位にWMS社製

フリッパー分野では米国ウィリアムズ社の「ローラーゲームズ」が飛び出し、人気を上げている。しかし、こういういいゲームが出てもフリッパーの普及率はなかなか上がらない。ロケーションでの設置バランスを良くするためにも、フリッパーの導入はもっと活発に行なわれていい、と思われるのだが……。

データイーストのフリッパーがウィリアムズ社製を追い上げているのが最近の傾向。プリミア社とバリー社のフリッパーの人気は、今ひとつふるわなかった。どのフリッパーも新しい仕掛けが盛り込まれていて、ロケ事情次第で伸びる可能性がある。

Game Machine's Best Hit Games 25

90年年間ベストヒットゲームズ25

「テトリス」人気 2年連続首位に

「年間ベストヒットゲームズ25」は、半期ごとの集計をまとめ分析するもので、その一年間に最も安定して高い評価を得たゲームを見出すことができる。さて九〇年ではどうだったか。

まず**テーブル型TVゲーム機**では、八九年に引き続きセガ社「テトリス」が一位になって、「テトリス」ブームがいぜんとして続いていることを示した。

現行方式の年間のベストヒット集計を、本紙では八六年以降してきており、テーブル型の結果を見ると次のようになっている。

八六年は一位がセガ社「メジャーリーグ」(評価2646)、二位がSNK「怒」(2412)、三位がアルバ「リアル麻雀」(2145)。八七年は一位がタイトー「アルカノイド」(3118)、二位がタイトー「飛翔鮫」(2434)、三位が「メジャーリーグ」(2285)、八八年は一位がタイトー「究極タイガー」(3192)、二位がナムコ「ワールドスタジアム」(3105)、三位がアイレム「アール・タイプ」(3074)、そして八九年は一位がセガ社「テトリス」(4974)、二位がナムコ「ワールドスタジアム」(2991)、三位がタイトー「達人」(2627)だった。

評価点の水準はほぼ一定しており、八九年一位の「テトリス」の評価点は群を抜く形となった。「テトリス」ブームは続いているが、九〇年ではやや落ち着きつつある。二年連続一位はこれが初めてとなった。

これを追う形で高い評価を得たのは、二位のカプコン「ファイナルファイト」。九〇年三月ごろがピークだったが、強い人気を保っている。

三位のテクモ「ワールドカップ90」はサッカー人気を背景に、強みを発輝した。

四位のセガ社「コラムス」は三月発売なので、九ヵ月分の実績。十二ヵ月分に換算すると三位になる。十三位の「ブロクシード」、十七位の「フラッシュポイント」ともに、セガ社の「テトリス」タイプのゲーム。

五位の「カプコンワールド」、八位のカプコン「ハテナ?の大冒険」、十九位のタイトー「苦胃頭捕物帳」と、今回はクイズものが結構ヒットした。思考ゲームでは、十四位のサン電子「上海2」(八九年は五位)が残り、サクセス「究極のオセロゲーム」が二十一位につけた。

この分野では新規参入のビデオシステムは、六位「スーパーフォーミュラ」と十一位「スーパーバレーボール」で貢献、足場を築いている。

注目されるのは七位のタイトー「ヴォルフィード」、九位のコナミ「パロディウスだ!」の健闘ぶり。いわゆるトップゲームではないが、九〇年中のヒットゲームとなった。この点では十位のセガ社「MVP」も同様。

野球ゲームではナムコ「ワールドスタジアム」が強いが、七月に「90」を発売しており、それまでの「89」から切り替えが進み、個別には表のとおりとなった。合計すれば実質四位になるほど、「ワースタ」(八九年は二位)は強い。

八九年に二十二位だったセガ社「スーパーマスターズ」は、十二位に上ってきた。二十四位だったアイレム「アールタイプ」に代わる、同「2」は十六位となった。

さすがにデータイースト「バーディトライ」(八八年六月発売)やナムコ「ギャラガ88」(八七年十二月発売)は圏外に去ったが、そうでなくとも大半が入れ代った。

さて**麻雀TVゲーム**については、ビデオシステム「麻雀大予言」が一位で、前回一位のシステムサービス「アイドル放送局」が二位にとどまった。

この分野の年間評価レベルを見ると、前回と比べ下がっている。八九年夏がピークだったようで以前の勢いはなくなったと考えられる。

テーブル型TVゲーム機

順位	機械名(メーカー名)	得点
1	テトリス(セガ社)	4491
2	ファイナルファイト(カプコン)	4049
3	ワールドカップ'90(テクモ)	3387
4	コラムス(セガ社)	2912
5	カプコンワールド(カプコン)	2456
6	スーパーフォーミュラ(ビデオシステム)	2357
7	ヴォルフィード(タイトー)	2133
8	ハテナ?の大冒険(カプコン)	2122
9	パロディウスだ!(コナミ)	2104
10	M. V. P. (セガ社)	2068
11	スーパーバレーボール(ビデオシステム)	2065
12	スーパーマスターズ(セガ社)	2041
13	ブロクシード(セガ社)	2018
14	上海 II(サン電子)	1819
15	ワールドスタジアム'89(ナムコ)	1768
16	アールタイプ II(アイレム)	1674
17	フラッシュポイント(セガ社)	1641
18	グラディウス III(コナミ)	1598
19	苦胃頭捕物帳(タイトー)	1564
20	1941(カプコン)	1494
21	究極のオセロゲーム(サクセス)	1441
22	チャンピオンレスラー(タイトー)	1440
23	タスクフォースハリアー(UPL)	1419
24	戦場の狼 II(カプコン)	1411
25	ワールドスタジアム'90(ナムコ)	1393

アップライト/コックピットでは「スーパーモナコGP」

アップライト/コックピット型TVゲーム機では、セガ社「スーパーモナコGP」(デラックス)が一位となった。八九年六月発売のドライブゲームで、普及率も高く、堂々のトップ入賞である。

二位はナムコ「ウイニングラン鈴鹿GP」(八九年十二月発売)で、これもドライブゲーム。三位のタイトー「SCI」(八九年十月発売)は犯人追跡のカーチェイスゲーム。四位のジャレコ「ビッグラン」(八九年十月発売)は、同社初のドライブゲームで、他車を離すのが特徴。以上四位内はすべてドライブもの、十五位以内にドライブものは十一種もある。

さて過去の実績を見ると、八六年は一位がセガ社「ハングオン」、二位が同「スペース・ハリアー」、三位が同「ハングオン」(シットダウン)、八七年は一位が同「アウトラン」、二位が同「スーパーハングオン」、三位がタイトー「ダライアス」。八八年は一位がセガ社「アフターバーナー」、二位がタイトー「オペレーションウルフ」、三位セガ社「アウトラン」、八九年は一位がタイトー「チェイスHQ」、二位が同「オペレーション・サンダーボルト」、三位がナムコ「ウイニングラン」だった。この間、いわゆる〝体感ドライブ〟が猛烈な勢いを示していたが、最近はゲームの奥行きが求められつつある。

それにしても七位セガ社「アウトラン」(八六年九月発売)の人気は長い。アタリゲームズ社「ハードドライビング」は八九年の十五位から今回六位まで上がってきた。

TVガンゲームでは五位のSNK「ビーストバスターズ」が強かった。前回二位だった「サンダーボルト」は八位にとどまった。

ナムコ「ファイナルラップ」は「2」が九〇年八月に発売され、「2」への切り替えとともに普及率も上がってきており、今後かなり伸びそうだが「2」自体は十五位内に届かなかった。

なお今後とも好調なのは、「スペースガン」、「スーパーモナコGP」、「ファイナルラップ2」、「ウイニングラン鈴鹿GP」、「G-LOC」だとデータは示している。

アップライト/コックピット型TVゲーム機

順位	機械名(メーカー名)	得点
1	スーパーモナコGP(DX)(セガ社)	3169
2	ウイニングラン鈴鹿GP(ナムコ)	2761
3	S. C. I. (タイトー)	2451
4	ビッグラン(ジャレコ)	2222
5	ビーストバスターズ(SNK)	2196
6	ハード・ドライビング(アタリゲームズ)	2162
7	アウトラン(DX)(セガ社)	2071
8	オペレーション・サンダーボルト(タイトー)	1924
9	G-LOC(DX)(セガ社)	1794
10	ファイナルラップ(DX)(ナムコ)	1717
11	ターボアウトラン(セガ社)	1543
12	WGP(DX)(タイトー)	1452
13	バトルシャーク(タイトー)	1337
14	チェイスH. Q. (タイトー)	1335
15	ファイナルラップ(SD)(ナムコ)	1315

フリッパーは WMS社独占

フリッパー分野ではウィリアムズ社製品が圧倒した。過去の一位は八六年から八八年までウィリアムズ社「ハイスピード」が占め、八九年は同「サイクロン」だった。最近のフリッパーはどれもよく出来ているが、普及率は逆に下がってきている。従って導入が進めば確実に評価点は上がる、と見られている。

TV麻雀ゲーム機

順位	機械名(メーカー名)	得点
1	麻雀大予言(ビデオシステム)	1757
2	アイドル放送局(システムサービス)	1721
3	ミス麻雀コンテスト(日本物産)	1434
4	麻雀ファンクラブ(ビデオシステム)	1423
5	麻雀夏物語(ビデオシステム)	1395
6	ギャルの開花(日本物産)	1313
7	麻雀ねらえ!トップスター(日本物産)	1299
8	東京ギャル図鑑(日本物産)	1264
9	祇園花(日本物産)	1151
10	ギャルの告白(日本物産)	1047

フリッパー

順位	機械名(メーカー名)	得点
1	アースシェイカー(ウィリアムズ)	569
2	ローラーゲームズ(ウィリアムズ)	462
3	サイクロン(ウィリアムズ)	432
4	ジョーカーズ(ウィリアムズ)	391
5	ワールウインド(ウィリアムズ)	356
6	バンザイラン(ウィリアムズ)	353

業界初 32ビットCPU搭載「システム32」第1弾!
HI-ENTERTAINMENT GAME SERIES
HI-SIMULATION
HI-GRAPHICS
HI-RESPONSE
SEGA
ラッド モビール
Rad Mobile
夕暮れから夜、曇りから雨
そして落雷。自然環境すべてが鮮烈!!
「RAD MOBILE」は、競争相手と激しいデッドヒートを繰り返しながら、ひたすらハイウエーを突っ走る大陸横断レースを題材にした爽快感満点のレーシングゲームです。都市から郊外へと続く背景は、刻々と表情を変化させ、雨や霧、夜間など、従来のゲームでは表現しきれなかったリアルな走行シーンが随所に登場。まさに、ゲームユーザーが求めていたリアリティを実現した'91感覚のSEGAニューアミューズメントテクノロジーです。
ニューアミューズメントテクノロジー1991!!
よりリアルな画像処理を可能とする次世代の32ビットCPUを採用。その高度なゲーム画面は、先のAMショーでも圧倒的な衝撃をアミューズメント業界に巻き起こしています。
▲ネオンの輝きに見とれるほどの夜間シーン!
▲雨中走行シーンも、このリアルさを実現!

JAMMA対応

新登場！1本用「NEO・GEO」ハードキット。

省スペース、高稼働率で好評のネオ・ジオラインナップに、「ネオ・ジオハードキット」新登場！お手持ちのJAMMA規格筐体を、そのままネオ・ジオ仕様にシステムアップ。低予算で、驚くほど簡単に話題のマシンが誕生します。

※キット内容にゲームソフトは含まれておりません。

「ネオ・ジオ」ゲームソフト1本搭載タイプ

- 基盤寸法／幅290×奥行き380×高さ94（㎜）
- 専用コンパネ付属（各社筐体に合わせてご用意しております。）クレジットLED付き

対応筐体一例／SNKキャンディ25″・26″、タイトーMM-5（25″）、ジャレコ ボニ ーMk.（25″）、セガ エアロシティー（26″）ほか。

NEO GEO™
超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

凄いゲームが目白押し！

2人協力プレイ可能。
熱血アクション巨編、公開迫る。
RAGUY ラギ

超ド級に広がるドラマチック・ワールド。

麻雀で、
笑っていただきます。
みなさんのおかげさまです！™

実用新案出願中「NEO・GEO」「MVS」は、SNKの登録商標です。©1991SNK CORP. ©1991 ALPHADENSHI CO., LTD ©1991MONOLITH CORP.

米誌「リプレイ」がインタビュー
中村会長に聞く
業務用AM業界の展望など

米国の業界誌「リプレイ」の十二月号で、㈱ナムコの中村雅哉会長に対するインタビュー記事が八ページにわたって掲載された。日本のメーカーのトップクラスに対するインタビューは、同誌では珍しいことで、日本の業界について突っ込んだ質問をしていることでも注目される。

これは先のJAMMAショーの取材を兼ねて来日した、同誌マーカス・ウェッブ編集長が、JAMMAの会長でもある中村会長にインタビューしたもの。JAMMAの日南香専務らも同席した。

話題はJAMMA設立の経緯、事業目的、業務用AM業界の展望、AAMAとの協力関係、ナムコのゲーム開発など多岐に渡っており、日本の松下電器によるMCA買収や米国でのTVギャンブル機などについても質問している。

ウェッブ氏はこの取材を通じ、AM業界についての中村氏の哲学に深い感銘を受けた、としている。このため表題は「ミスター・コインオップ」とし、中村氏はこのタイトルにぴったりの人物だと記述している。日本の大手業者が米国の業界に与える影響は少なくないが、日本の業界の現状や考えかたはほとんど理解されていないのが現状であり、その意味で、今回のインタビュー記事は理解を促進する契機となるなど、有意義な記事となった。

左上は記事の一ページ目から。写真はホテルオークラにて「リプレイ」ウェッブ氏（左）とナムコの中村会長（**詳しくは同誌を参照のこと**）。

INTERVIEW

"Mr. Coin-Op"

If anybody on earth deserves that title, it's Masaya Nakamura: Namco founder & chairman also leads JAMMA, impacts global trade

REPLAY: When was JAMMA formed?

MR. NAKAMURA: JAMMA was formed in 1981 as an offshoot of NAMA, the Nippon Amusement Machine Assn. — which was itself formed in 1967.

REPLAY: What special mission justified breaking away and forming a new, separate organization?

MR. NAKAMURA: The primary objective of forming JAMMA was to give more focus on the expertise of the various organizations. In other words, JAMMA was formed as an association for the manufacturers of relative-

RePlay Magazine　December 1990　Page 197

「リプレイ」90年12月号のインタビュー記事

最大規模の英国ATE

英国のATEI91は一月七―十日、ロンドンのオリンピア展示場で開催されるが、出展規模は二百十社、約六百小間とこれまでで最大になるとのこと。出展社のうち四十五社は英国以外で、全体の二割を越している。四十五社のうち三十社は欧州各国、米国は八社、日本は五社、オーストラリアは二社となっている。

主催者側によると今回のATEIにはソ連、東欧からも関心が寄せられているとのこと。九二年は二月開催になる予定としている。

ウィリアムズ社新作
「ファンハウス」
左側にもプランジャー加え

米国ウィリアムズ・エレクトロニクスゲームズ社（本社シカゴ、ケン・フェデスナ総支配人）から十二月初め、新作フリッパー「ファンハウス」が発表された。

これは遊園地にある、傾いた部屋、動く通路、歪んだ鏡などで楽しませる施設「びっくりハウス」をテーマにしたフリッパーで、ボールを弾くプランジャーが左右二個ついているのが画期的とされている。

男の子（ルディ）の人形のうち頭の部分がプレイフィールド上部に設けられていて、これが目と口を動かし、しゃべる。プレイヤーはルディも眠る夜の遊園地で、「びっくりハウス」に忍び込みさまざまな仕掛けに挑戦するところから、プレイを開始する、という趣旨なのである。「ミステリーミラー」など多くのフィーチャーが盛り込まれており楽しめるほか、左右のプランジャーは、それぞれゲームフィーチャーを生かすために使用される。

Williams' "Fun House"

ピンボールエキスポ90
ファン600人参加
A・ゴットリーブ氏が復帰表明

第六回「ピンボールエキスポ」が十一月九―十日、シカゴ郊外のラマダイン・オヘアで開かれ、熱心なフリッパーファンら約六百人が参加した。この催しにアルビン・ゴットリーブ氏が来て、フリッパー開発に復帰することを表明したのが話題になっている。

「ピンボールエキスポ」は八五年十一月に、オハイオ在住のコレクター、ロバート・パーク氏の呼びかけでシカゴ郊外で初めて開催され、フリッパーファンの支持を得てその後毎年開催されているもの。催しは展示会、セミナー、フリッパー競技大会（「フリップアウト」という）、フリッパー工場見学からなっており、メーカー四社が協力している。

展示会ではコレクター用の中古機器が展示即売されたほか、フリッパー以前の古いピンボール機も出品された。セミナーではメーカー各社の有名な開発担当者らが講師となって質問に応じた。

とくにゴットリーブ社ピンボール機「バッフルボール」が世に出てから六十周年を迎えることにより、IFPA（インターナショナル・フリッパー・ピンボール・アソシエーション）のシャロン・ハリス会長は、国際大会など九一年中の行事について説明した。

フリッパー大会ではデータイーストUSA社の「シンプソンズ」が使用された。また工場見学ではデータイーストのフリッパー工場に案内した。

さてアルビン・ゴットリーブ氏は、有名なデビット・ゴットリーブ氏の息子で長年業界から遠ざかっていたが、業界に復帰することを明らかにした。それによると、シカゴ郊外にA・ゴットリーブ社を設立、フリッパー開発を手がけるとのこと。これは「ゴットリーブ」フリッパーを作り続けているプリミア・テクノロジー社に協力するための開発会社とされている。

香港　Bondeal Charts　九龍

12/15	12/8	12/1	機種名（メーカー名）	週数
トップ10ビデオゲーム				
1	2	1	ピットファイター（アタリゲームズ）	9
2	1	―	ダブルドラゴンIII（テクノス）	2
3	3	2	ギャルズパニック（金子製作所）	7
4	9	9	ライトニング・ファイターズ〔トライゴン〕（コナミ）	30
5	7	4	ガンディーラー（テクモ）	8
6	6	6	コラムス（セガ社）	38
7	5	5	ハイドラ（アタリゲームズ）	8
8	8	7	パッシングショット（セガ社）	79
9	4	3	スマッシュTV（ウィリアムズ）	23
10	10	8	キャリア・エアウィング〔USネイビー〕（カプコン）	7
トップ5完成品ビデオ				
1	1	―	フォートラックス（ナムコ）	2
2	2	1	ハードドライビング（アタリゲームズ）	87
3	3	2	ビッグラン（ジャレコ）	46
4	4	5	スーパーハングオン（セガ社）	173
5	5	3	スーパーオフロード（レーランド）	89

©Bondeal Ltd., Hong Kong. The above chart is based on games operated in Flashback, the world largest video-only arcade.

アタリゲームズ社「レース・ドライビング」（アップライト）

「レースドライビング」の
アップライトも
「シューツ」は基板キットで

米国のアタリゲームズ社（本社カリフォルニア州ミルピタス、中島英行社長）は、同社「レースドライビング」（デラックス＝コックピットタイプ）をヒットさせているが、別にコンパクトなアップライト版も用意することになった。

「レース・ドライビング」は同社「ハード・ドライビング」を発展させたもので、デラックス版のサイズは高さ百九十七㌢、幅八十一㌢、奥行百六十㌢ある。これに対しコンパクト・アップライト版は高さ二百一㌢、幅六十九㌢、奥行百二㌢で、他のアップライトTVゲーム機と並べて設置できる。同社では「ハード・ドライビング」（デラックス、アップライトとも）から「レース・ドライビング」への改造キットも用意しているとのこと。

また同社はTVゲーム「シューツ」の基板キットの出荷も開始した。米国で人気のある馬てい投げをTVゲーム化したもので、一―四人用。コンピューターとの対戦や、二―四人での競技など五通りの使いかたができるとのこと。

米国で新しく「NAVE91」

九一年から米国で「NAVE」という展示会が新たにスタートすることになった。「NAVE91」は四月十二―十四日、ケンタッキー州ルイスビルのコンベンションセンターで開催される予定で、トレードショーの専門会社、アンドリー・モンゴメリー社が主催する。

「NAVE」（ナショナル・アミューズメント&ベンディング・エキスポ）が対象とするのはAM機器と自動販売機、自動サービス機などで、どちらかと言えば自販機のオペレーター向けの展示会になるもようだ。

神戸・西神そごう「ファンタジーランド」

ニュータウンに屋上ミニ遊園地

テクモが関西で2店目の本格ロケ

シンボルとなっているお城ふう建物と「メリーゴーランド」など（上）、下は「エアーサイクル」と「ファンタジートレイン」、円内はテクモ・関西地区責任者の川原整氏

神戸市が市内北西部の郊外で造成を進めている新興ベッドタウン「西神ニュータウン」にある西神そごうの屋上に、テクモ㈱（本社東京、柿原孝社長）運営のミニ遊園地「ファンタジーランド」が十月十日オープンした。

同タウンはまだ開発途中だが、神戸中心部から同タウンまで地下鉄が延び「西神中央駅」（終着駅）がこのほど開通したのに伴い、駅前にSCや専門店街、文化・スポーツ施設などが次々と完成し、西神そごうがやや遅れてオープンした。ただこの駅前ゾーンは今後の人口の大幅増加を予定し同タウンの核としてまず先に建設されたため、現在は日曜祝日に遠方からの客で賑わうのみで、平日は客足が極端に少ない。その意味で各施設は先行投資的な色彩が強い。

「ファンタジーランド」もそういう状況にあり、オープン後二ヵ月は活気づいたが、その後客足が落ち着くとともに寒さも重なり、日曜祝日に重点を置く運営となっている。

同社の関西地区責任者である川原整氏は「周辺の団地がほぼ完成するのは三年後で、それまでの我慢。そごう側もそれを見越した上でオープンしている」と語る。

同遊園地は屋上全体の約半分に当たる千五百平方メートルに設置され、基本的な設計や配置は加古川そごうの同社屋上遊園地をモデルにしている（両ロケとも川原氏が設計）。総工費は二億三千万円。

2人乗りの乗物8台が回転、上昇下降する「アラビアンカーペット」（上）とお城の下に設けられたゲームコーナーのようす（下）

同ロケ部分全体に毛足の長い人工芝を敷き詰めている。これは子どもが転んでもけがをしないよう、雨が降っても水がはね返らないよう、また太陽光線の反射を防ぐよう配慮したもの。

機種の配置は、周囲にコース全長百六十メートルのペダル走行式「エアーサイクル」を走らせ、同機のホームを欧風の城をデザインした同ロケのシンボル的な建物にし、その下部に約百台の機械を置くゲームコーナー（風営八号対象外）を設置。走行乗物の内側に定員二十四名の「メリーゴーランド」、定員十六名の回転式「アラビアンカーペット」（同機の下部にも乗物機やゲーム機を設置）、レール全長八十メートルの汽車「ファンタジートレイン」（英国セバーン・ラム社製、同機以外の遊園施設はテクモ製）、そしてバッテリーコーナーを設置。遊園施設はすべてチケット制で、利用料金は二百円。小型機やゲーム機は百円。

全体に非常にゆったりとした配置で、これは消防法との関係があり、尼崎の長崎屋火災以降、とくに機械配置には厳しいチェックを受けるという。

各施設には電飾がふんだんに使われ、合計一万三千個の電球を使用。

平日は内田利明店長を含め三人で管理し人手を省く工夫をしているが、日曜などにはやはりアルバイトも含め十人前後が従事している。

同ロケの主な対象は親子連れで、年間最低一億円以上の売上げが目標。

話題のマシン

新3人用TVガン「レーザーゴースト」

街中の妖怪撃破

セガ社から「サンダーフォースAC」基板も

三人用TVガンゲーム機「レーザーゴースト」が十二月中旬、また宇宙戦争をテーマとしたTVゲーム機「サンダーフォースAC」が二十日、いずれも㈱セガ・エンタープライゼス（本社東京、中山隼雄社長）から発売となった。

「レーザーゴースト」は、魔界のボスに連れ去られた女の子を救出するため、街の便利屋である三人がレーザーガンを手にゴーストたちに立ち向かっていく、というもの。三人が並んで同時協力プレイでき、それぞれ備え付けの光線銃を上下、左右へ向けて発射するが、中央のプレイヤーは立って、左右のプレイヤーは座ってプレイするという独特の配置になっているのが最大の特徴。プレイヤーは両手で銃のハンドルを握り、照準が合わせやすいように銃の上に付けられた窓の中をのぞき込み、狙いを定める。発射ボタン（左右両方のハンドルに付いている）を押すと、窓の内部を赤い光線が前方へ進む（ハーフミラー使用）と同時に、銃のユニットが振動するというリアルな演出効果がある。

画面は2Dと3Dシーンがあり、次々と現れるゴーストたちが近づいてくる。ゲームはライフ制。キャビネットは幅一四五・二センチ、奥行き一五八センチ、高さ一八三センチ。26インチモニターを使用。定価百十五万円。

レーザーゴースト

「サンダーフォースAC」は家庭用「メガドライブ」用のテクノソフト開発「サンダーフォースIII」の業務用版。横スクロール画面で、次々と現れる奇怪な宇宙怪獣を八方向レバーと二つのボタンを操作し撃破していく。五つの惑星でそれぞれ戦った後、最後に亜空間で敵の皇帝と対決。豊富な登場キャラクター、多彩な攻撃パターン、変化に富むシーンと高度なグラフィックなどを特徴としたスピード感のあるシューティングゲームだ。ゲームは持ち機数制。基板販売のみで定価十二万二千五百円。

サンダーフォースAC

本欄掲載の機械の価格は、すべて「外税方式」によるもので、消費税は含まれていない。

多彩なフィーチャーを加え

新ブロック崩し

ビスコ「サンダー&ライトニング」

ブロック崩しを内容としたTVゲーム機「サンダー&ライトニング」が、㈱ビスコ（本社京都、秋山哲雄社長）から十二月十三日発売となった。

これは太ったコミカルなキャラクターが両手で頭上に持ち上げたボードにより、ボールを弾き飛ばして、画面上部に組合わされたブロックを崩していくゲーム。固定画面で、幻想的な背景が展開する。左右二方向レバーと二つのボタンを操作。

ブロックの組合わせはステージ（全二十五種）により変化し多彩。途中で飛行機やヘリコプター、円盤、また海中の場面では潜水艦や魚雷などが画面を横切り、これを破壊すると高得点。また奇怪な虫や怪獣のほかエイやタコなどが出現し、襲ってくるので、これを破壊するか避けないと一人アウトになってしまう（キャラクターが引っくり返り、ギャルが元気づける）。

アイテムにより、ミサイル発射、ボールの巨大化（ブロックのかたまりを一撃で破壊）、ボール数増加（三個または九個に分裂）、ボールのキャッチ、スピードの緩急、ボードの長さ延長——などが可能。ゲームは持ち人数制。一定得点以上で一人追加。基板販売のみでOP価格十一万八千円。

サンダー&ライトニング

定置乗物「フォークリフト」

積み荷が上下動

ナムコ景品「野菜ぬいぐるみ」も

㈱ナムコ（本社東京、真鍋正社長）から同社"おっきな乗物シリーズ"第四弾となる定置型乗物機「おっきなフォークリフト」が十二月中旬、また景品セット「ベジタブルぬいぐるみ」が二十一日、それぞれ発売となった。

「フォークリフト」は三人乗りで、乗客のレバー操作により、前のリフトがバナナを入れた箱を上昇下降させるとともに、箱の中からかわいいキャラクターが顔を出したり引っ込めたりするのが最大の特徴。このほかウインカー点滅レバー、四種類の音声コメントが出るボタン、サイレンとクラクションのボタンなどもついている。定価百二十四万三千円。

「ベジタブルぬいぐるみ」はクレーン用景品で、目や鼻、口のあるカボチャやトマト、ピーマン、ナスビなど十種類の野菜のぬいぐるみ（十センチから二十センチ）をセットにしたもの。一セット百個入りで定価二万二千八百円。

ベジタブルぬいぐるみ

おっきなフォークリフト

話題のマシン

タイトーのパンチングマシン「SSB」

3発で暴漢KO

日本システム「スカイマッシャー」も

アーケードゲーム機「スーパーソニックブラストマン（SSB）」が一月中旬、㈱タイトー（本社東京、長谷川桂祐社長）から発売となる。また同社から日本システム製TV空中戦ゲーム機「スカイマッシャー」が、十二月十七日発売となった。

「SSB」はパンチングマシンで、いろいろな指示やデータがTVモニターに表示されるもの。プレイヤーは備え付けのグローブ（右手用と左手用がある）をはめてプレイするのが特徴。

硬貨投入後、画面にイージーからハードまで計五ラウンドが表示され、ボタンでいずれかを選択。グローブを付け、赤い大きな円形パッドが起き上がり、画面に「女性が襲われている。三発殴って暴漢をKOせよ！」と指示があり、暴漢が映し出される。そこで力一杯ストレートパンチを加えると、トンでパンチ力が表示される。三回挑戦し最後のパンチで暴漢をKOしたシーンが出ると、ハッピーエンドの画面になり、KOできないとバッドエンド画面が映し出され、いずれもゲーム終了となる。その日の成績が上位百名まで記録される。幅七〇センチ、奥行き一三三センチ、高さ一八一センチ。定価九十万円。

SSB

「スカイマッシャー」は、地球に侵攻しようとする悪の軍事惑星に対し、戦闘機"スカイマッシャー"が立ち向かうというもの。八方向レバーと二つのボタン（ショットとミサイル）を操作。二人同時プレイ、途中参加も可能。

画面は縦スクロールで、上部から次々と現れる敵を撃破していく。全部で八ステージ展開。各ステージの最後に登場するボスを倒せばクリアだが、すぐに次のステージに入り敵機が攻撃してくるので息もつかせない。途中アイテムを取得すると、ショットのパワーアップ、画面上の敵を一掃できるスペシャルミサイルなどを装備。ゲームは持ち機数制で設定機数が破壊されるとゲーム終了だが、一定得点以上で一機追加。基板販売のみで定価十六万八千円。

スカイマッシャー

ビデオシステム製

照準移動で狙撃

「スパイナルブレーカーズ」基板

ビデオシステム㈱（本社京都、古川晃司社長）製のTVシューティングアクションゲーム機「スパイナルブレーカーズ」が、十二月下旬に発売となる。

これは原因不明の核戦争により"地軸変動"が起き、そのために過去の人間や動物が現れると同時に、それらに人造生命体"ヒルドロイド"が次々と奇生し歴史に干渉し始めたため、"ワッフル大佐"が銃とバズーカ砲でその奇生を食い止める戦いを展開する、という設定。画面は3D形式で大佐を左右へ移動させながら、敵に照準を合わせ撃破していく。

スパイナルブレーカーズ

レバーは八方向で、上下方向は照準の上下動だけだが、それ以外は照準と大佐が同時に移動。ボタンはショット、バズーカ砲、回転の三つを操作。なおショットボタンを押している間は大佐は動かず、レバーで照準だけが移動する。特定の物体や敵を打つとアイテムが出現し、発射速度アップ、無敵（十秒間）、照準の範囲拡大、弾丸補給などが可能となる。制限時間内にボスを倒せばステージクリアとなる。ゲームはライフ制（ライフを回復させるアイテムもある）。エンディングはそれまでのゲーム内容により、三種類の異なるデモンストレーションが用意されている。基板販売のみで価格未定。

TVドライブ「シスコヒート」

コンパクト型で

ジャレコから「スティルタイプ」

㈱ジャレコ（本社東京、金沢義秋社長）から、同社TVカーチェイスゲーム機「シスコヒート」の"スティルタイプ"が、十二月中旬発売となった。

同機"ムービングタイプ"（本紙第391号本欄参照）は体感ゲーム機として先に発売となったが、この"スティルタイプ"は座席の動かないコックピット型となっている。ゲーム内容および操作方法などはまったく同じ。

サンフランシスコの街の中で、パトカーがデッドヒートを展開するもの。通信機能を搭載しており、最大四台まで接続可能。四人まで同時プレイでき、他車との距離が離れすぎると、遅れている車の最高スピードがアップするというシステムを採用。またクラクションを一回押すとミュージックホーン（四台それぞれ異なるメロディー）が鳴り、押し続けるとサイレン音に変わり、他車が道を開けてくれるシステムなどが装備されている。キャビネットが少しコンパクトになり大きさは幅七九センチ、奥行き一六四・五センチ、高さ一四〇センチ。重量一七〇キログラム。OP価格八十九万円。

シスコヒート
（スティルタイプ）

総目録

本紙「話題のマシン」でとりあげた機械の総目録です。とりあげた時点でⓐ明らかなコピー機やⓑとばくに使用されやすいメダルゲーム機は、すでに排除しています。配列は❶フリッパー、❷ＴＶゲーム機、❸アーケードゲーム機（プライズマシンを含む）、❹乗物機、❺その他に分類、それぞれ掲載順としました。社名末尾の数字は掲載号数です。なお基板、ＲＯＭキットのみなどのＴＶゲーム機については、画面の写真だけにしました。（一部前回からの繰越し）

サプライズアタック
近未来の月面や宇宙基地でテロ組織を戦士が撃滅するというアクションシューティングゲーム。基板販売のみでＯＰ価格14万８千円。【コナミ】No.389

サイバーリップ
同社「ＮＥＯ・ＧＥＯ」ソフト。アンドロイドやエイリアンを特殊破壊工作員が倒していくもの。２人同時プレイも。カセット定価２万８千円。【ＳＮＫ】No.388

ザ・シンプソンズ
同社フリッパー第10弾。米国の同名人気アニメがテーマ。３個のマルチボール、キックバックなどフィーチャーも多彩。定価62万円。【データイースト】No.392

ＧＰライダー（ライドオン）
バイクレースがテーマのＴＶ体感ゲーム機。ブラウン管と動く座席部分を２組１セットにし通信機能で２人同時競走プレイも。定価145万円。【セガ社】No.391

パウンド・フォー・パウンド
トラックボール操作のＴＶボクシングゲーム。試合中は真上から見た場面で展開。２ラウンド制。基板販売のみでＯＰ価格17万８千円。【アイレム】No.389

剣豪
ＴＶ剣劇アクションゲーム。剣士が画面内をジャンプによりダイナミックに飛び回り敵を倒していく。２人同時プレイも可能。価格未定。【アイレム】No.389

バルーンブラザース
舞い上がる風船を画面上部に一定のルールで並べて消していくというＴＶパズルゲーム。基板販売のみでＯＰ価格11万８千円。【イーストテクノロジー】No.389

コラムス II
同社「コラムス」のバージョンアップ版。２人用が同時対戦プレイとなり、多彩なフィーチャーを付加。基板販売のみで定価12万２千５百円。【セガ社】No.389

パイプドリーム
米国ルーカスアーツ社パソコンゲームの業務用化。７種のパイプをつなぎ水を通すもの。基板販売のみでＯＰ価格14万８千円。【ビデオシステム／ナムコ】No.389

シスコヒート（ムービングタイプ）
ＴＶ体感ドライブゲーム機。サンフランシスコの街中でパトカーガデッドヒート。通信機能で４台まで接続できる。ＯＰ価格148万円。【ジャレコ】No.391

ガンディーラー
トランプを使ったＴＶパズルゲーム。落下するカードを下部に並べ同じ種類か数字を並べて消していく。基板販売のみでＯＰ価格12万８千円。【テクモ】No.391

パラメデス
シューティングの要素を加味したＴＶパズルゲーム。サイコロを落として指定の役を作り消していく。基板販売のみで定価13万８千円。【タイトー】No.391

ピストル大名の冒険
同社"システムⅠ"第19弾。ＴＶコミカルシューティングゲーム。奇想天外な戦いを展開する。ＲＯＭキット販売のみでＯＰ価格５万８千円。【ナムコ】No.391

ＵＳネイビー
同社"ＣＰシステム"第12弾。米国海軍による空中戦争ゲーム。戦闘機選択制。２人同時プレイも。基板販売のみでＯＰ価格19万８千円。【カプコン】No.391

ＧＰライダー（アップライト）
同社同名機の２人用アップライト型。20インチブラウン管を２個使用。予選と決勝により走行タイムを競い合う。定価160万円。【セガ社】No.391

フェアリー・キャッスル
４人用クレーン機。同社「ムーンキャッスル」のコンパクト版。前後ボタンで２本爪のクレーンを移動。景品はぬいぐるみ。定価160万円。【タイトー】No.388

コケッコ
カプセルを払出すＴＶプライズゲーム機。産み落とされる卵からかえるヒヨコをカゴで受け取っていくゲーム。ＯＰ価格24万８千円。【コナミ】No.388

倉庫番ＤＸ
同社"システムⅠ"第20弾。シンキングラビット社パソコンソフトの業務用化。荷物整理ゲーム。ＲＯＭキット販売でＯＰ価格５万８千円。【ナムコ】No.392

ジョイジョイキッド
同社「ＮＥＯ・ＧＥＯ」ソフト。落下ブロックを組合わせて消していき、下にある気球を上部へ脱出させるゲーム。カセット定価２万８千円。【ＳＮＫ】No.392

マジェスティックー12
同社"Ｆ２システム"第８弾。「スペースインベーダー」のバージョンアップ版。基板定価18万８千円、サブ基板定価８万８千円。【タイトー】No.392

スペースガン
ＴＶガンゲーム機。ポンプアクション付きの銃でモンスターを撃破。スクロール方向を逆進させるフットペダルも付いている。定価95万円。【タイトー】No.392

話題のマシン

（第388号～第392号）

ラブラブチャンス・おまじないサリー
キャラクターカード払出しプライズマシン。１リール回胴式でストップボタンにより"アタリ"で止めるもの。ＯＰ価格18万７千円。【バンプレスト】No.388

アンパンマンのスケボーコースター
"アンパンマン"のキャラクターカード払出しプライズ機。ＬＥＤを走らせ指定個所でタイミングよく止める。ＯＰ価格19万８千円。【バンプレスト】No.388

ＳＤガンダム戦士
キャラクターカード払出しのプライズゲーム機。ハンドルを回しＬＥＤランプを指定の場所で止めるもの。ＯＰ価格19万８千円。【バンプレスト】No.388

M147型フェラーリＦ40
同社"世界の名車シリーズ"のバッテリーカー。リアルでコンパクトなデザイン。エンジン音付き。１人乗り。定価48万５千円。【ミゼッティ】No.388

M146型ベンツ
同社"世界の名車シリーズ"のバッテリーカー。１人乗り。エンジン音付き。ＤＣ12Ｖバッテリーを２個搭載し長時間稼働。定価49万円。【ミゼッティ】No.388

ねこポリス
プライズゲーム機。ネコが目の前を走り抜けるネズミを警棒(ボタンで動く）で設定回数以上叩くと、箱型景品が払出される。定価52万円。【こまや】No.392

ボウリンゴ
カナダ・メンデス社製の硬貨作動式ボウリング施設。コンパクトだが本格的。スコア自動表示。１ユニット（２レーン）定価千２百80万円。【カプコン】No.392

ノックダウン 90
同社「ノックダウン」をリフレッシュしたパンチングマシン。パンチ力はキログラム単位でデジタル表示。５段階の評価も。定価85万円。【ナムコ】No.392

ニューダブルチャンス
４人用クレーン機。クレーンの先端に取付けられたシャベルが景品類をすくい上げるもの。子ども向けに高さを低くしてある。定価76万円。【タイトー】No.389

ＭＶ25Ｕ４－０
同社「ＮＥＯ・ＧＥＯ」のアップライト型キャビネット。カセット４本内蔵可能でスリムなデザイン。定価58万円。【ＳＮＫ】No.386

ＭＶ25Ｕ６－０
同社「ＮＥＯ・ＧＥＯ」の米国仕様アップライト型キャビネット。25インチブラウン管使用。カセット６本内蔵可能。定価68万円。【ＳＮＫ】No.386

ビッグパトロール
定置型乗物機。２カ国のサイレン音、６種類の音声メッセージ、エンジン音付き。４人がゆったりと乗れる設計。定価95万円。【加藤工業】No.389

トイトレイン
450ミリゲージのレール走行式汽車。積み木で作ったような機関車（２人乗り）と客車（４人乗り）を連結。標準セット定価800万円。【真砂工業】No.388

M149型ポルシェカレラ
同社"世界の名車シリーズ"のバッテリーカー。バッテリーボックスはワンタッチで取り外し可能。２人乗りで定価49万円。【ミゼッティ】No.388

M148型ＢＭＷ
同社"世界の名車シリーズ"のバッテリーカー。２人乗りだがコンパクトな設計。エンジン音付き。定価49万円。【ミゼッティ】No.388

総目録索引

ポニーマークⅢ・25
ミディ型ＴＶゲーム機キャビネット。ドライバー１本で画面の縦横変更が可能。高解度25インチブラウン管使用。ＯＰ価格19万８千円。【ジャレコ】No.391

ＭＭ－５
ミディ型ＴＶゲーム機キャビネット。本体の色はピンク、グリーンなど４色を用意。25インチブラウン管を使用。定価28万８千円。【タイトー】No.388

19インチ・テーブルＭＶＳ
同社「ＮＥＯ・ＧＥＯ」のコンパクトなテーブル型キャビネット。カセット交換やメンテナンスが前面で容易にできる。定価43万８千円【ＳＮＫ】No.388

クマさんの綿菓子機
硬貨作動式の綿菓子自動販売機。クマのコックをデザインしたキャビネットでＦＲＰ製。メロディー、音声付き。ＯＰ価格25万円。【友栄】No.387

謹賀新年

有限会社 アイモ
代表取締役 田口宣由
〒170 東京都豊島区東池袋二―十七―二 SHOWAハイム一F
TEL〇三(三九八六)四五九一

アイレム株式会社
代表取締役社長 高嶋由之
〒550 (本社)大阪市西区西本町一―十一―九 岡本興産ビル
TEL〇六(五三五)四八八一
〒106 (東京販売所)東京都港区南麻布三―十九―二三 オーク南麻布ビル
TEL〇三(三四四二)三〇八一

朝日エンジニアリング株式会社
代表取締役 佐原十郎
〒559-03 営業本部 大阪府泉南郡岬町淡輪一三八七―二
TEL〇七二四(九四)〇七八三
FAX〇七二四(九四)二一九五

旭精工株式会社
代表取締役 安部寛
〒107 東京都港区南青山二―二四―十五 青山タワービル二F
TEL〇三(三四〇一)六一八一

株式会社 アポロ
代表取締役 段為梁
〒542 大阪市中央区難波四―二―一
TEL〇六(六三二)八〇五五
FAX〇六(六四四)一五八一

株式会社 アミューズオリエント
代表取締役 矢内敬治
〒170 東京都豊島区北大塚二―九―十二
TEL〇三(三九四〇)三二七一
FAX〇三(三九四九)一一二二

株式会社 アムス
代表取締役 梅村富久
〒465 名古屋市名東区宝が丘二九九
TEL〇五二(七七四)二五一一
FAX〇五二(七七四)一二二三

株式会社 アムレス
代表取締役 小村茂
〒982 宮城県仙台市若林区若林一―十一―十二
TEL〇二二(二八六)九六一六
FAX〇二二(二八五)八六〇六

アルファ電子株式会社
代表取締役 新井一夫
〒362 埼玉県上尾市愛宕三―二―十五
TEL〇四八(七七五)二四一二

エイト・レジャー物産株式会社
代表取締役 富田紀一
〒001 札幌市北区北二十八条西四丁目 第一エイトビル
TEL〇一一(七五六)八八六一
FAX〇一一(七五六)五六三八

株式会社エイブルコーポレーション
代表取締役 熊谷俊範
〒171 (本社)東京都豊島区池袋四―八―三 エイブルビル
TEL〇三(三九八八)二〇六一
FAX〇三(三九八六)五一八〇

エース自動機株式会社
代表取締役社長 村上公伯
専務取締役 髙野貞義
〒154 東京都世田谷区野沢二―二〇―一
TEL〇三(三四一〇)〇五二五
FAX〇三(三四一〇)〇五二七

株式会社 エス・エヌ・ケイ
代表取締役 川崎英吉
〒564 大阪府吹田市豊津町十八―八
TEL〇六(三三八)七〇〇七

株式会社 エム・アイ・ピー
代表取締役 伊藤博則
〒564 吹田市川岸町十一―一
TEL〇六(三八二)一四〇〇
FAX〇六(三二九)一五一二

株式会社大阪アミューズメント商会
代表取締役 榑本弘
〒583 大阪府藤井寺市野中五丁目五五―一
TEL〇七二九(三九)七七三三(代)
FAX〇七二九(三九)七七六六

株式会社大阪サービス・ゲームス
代表取締役社長 松居袈裟子
専務取締役 松居慶真
〒545 大阪市阿倍野区阿倍野筋二―五―二三
TEL〇六(六四七)七三三一(代)
FAX〇六(六三一)一〇六七

大平技研工業株式会社
代表取締役 大平輝雄
〒501-31 岐阜市岩井万場四四番地
TEL〇五八二(四一)七四九一

大森電気株式会社
代表取締役 大森節雄
〒190-12 東京都武蔵村山市伊奈平三―三―二
TEL〇四二五(六〇)三一二一
FAX〇四二五(三一)四三五〇

株式会社 岡田商会
代表取締役 小澤茂夫
〒615 京都市右京区西院東貝川町五 沢田ビル九F
TEL〇七五(三一三)一六〇〇
FAX〇七五(三一四)三一八九

株式会社 岡本製作所
代表取締役 岡本典之
〒553 大阪市福島区海老江七―十九―九
TEL〇六(四五一)六一五六

株式会社 沖縄ベンダース
代表取締役 仲順利治
〒901-21 沖縄県浦添市宮城三九三―二
TEL〇九八八(七八)〇一二三
FAX〇九八八(七八)〇一二八

加藤工業株式会社
代表取締役 加藤克彦
〒567 大阪府茨木市沢良宜西一―二―十一
TEL〇七二六(三五)一八八六
FAX〇七二六(三五)一八八〇

株式会社 カトウ製作所
代表取締役 加藤イサム
〒157 東京都世田谷区北烏山六―二四―十三
TEL〇三(三三〇七)一二二一

株式会社 金子製作所
代表取締役 金子浩
〒177 東京都練馬区石神井台八―二三―二一
TEL〇三(三九二一)九六六一
FAX〇三(三九二一)一七五三

株式会社 カプコン
代表取締役社長 辻本憲三
〒540 大阪市中央区大手通一―四―十二 カプコンビル
TEL〇六(九四六)六六二二(代)
FAX〇六(九四六)二〇六一

株式会社 カワクス
代表取締役 川楠俊太郎
〒577 東大阪市川俣三丁目一番三五号
TEL〇六(七八七)一八八一
〒104 東京都台東区東上野一―二四―四 丸千第二ビル
TEL〇三(三八三七)三八八四
〒810 福岡市中央区大名二―三―二
TEL〇九二(七一三)一〇八三

関西カクタス株式会社
取締役社長 梅原靖三
〒530 大阪市北区角田町一―一 東阪急ビル五階
TEL〇六(三一三)四五五二
FAX〇六(三六一)二八八六

株式会社 関西精機製作所
代表取締役 古川謙三
〒615 京都市右京区西京極豆田町三
TEL〇七五(三一一)九二四五

関東娯楽工業株式会社
代表取締役 中村哲
〒171 (本社)東京都豊島区南池袋一―十八―二三―一〇二
TEL〇三(三九八六)五三三一
〒131 (工場)東京都墨田区立花五―二―二
TEL〇三(三六一〇)三一二一

株式会社 岐阜遊園
代表取締役 石川昭雄
〒504 岐阜県各務原市蘇原栄町一―三
TEL〇五八三(八二)三〇三五

株式会社 ケイアンドユウ商会
代表取締役 林謙二
〒577 東大阪市高井田本通五丁目二番地
TEL〇六(七八三)六三六二
FAX〇六(七八三)六三四七

コナミ株式会社
代表取締役会長 上月景正
代表取締役社長 菱川文博
〒101 東京都千代田区神田神保町三―二五
TEL〇三(三二六四)五六七八

株式会社 こまや
代表取締役 田中弘
〒658 神戸市東灘区魚崎南町六―十―四
TEL〇七八(四一一)二一二一

株式会社サービス・ゲームス・ジャパン
代表取締役 森武司
〒652 神戸市兵庫区入江通三―一―二七
TEL〇七八(六七一)一九〇三(代)
FAX〇七八(六八一)三三六三
営業所 高知・愛媛

サンリツ電気株式会社
代表取締役 重田守
〒161 東京都新宿区下落合一―六―一 宮村ビル二F
TEL〇三(五三八九)六九二一(代)
FAX〇三(五三八九)七〇三五

株式会社 サンワイズ
代表取締役 松下清
〒181 東京都三鷹市大沢一―九―二四
TEL〇四二二(三一)二五一一

三和電子株式会社
代表取締役 斉藤隆
〒173 東京都板橋区中丸町五八―五
TEL〇三(三九五九)六六一一
FAX〇三(三九五五)九二〇八
〒533 大阪営業所 大阪市東淀川区東中島四―十一―三二 ネオライフ新大阪八〇五
TEL〇六(三二四)三九一六
FAX〇六(三二四)三九一八

株式会社ジェイ・アール・イー
代表取締役 能美政彦
〒556 大阪市浪速区難波中二―四―四〇
TEL〇六(六四七)一六二二

シグマ商事株式会社
代表取締役 真鍋勝紀
〒151 東京都渋谷区千駄ヶ谷四―十四―四 千駄ヶ谷SKビル
TEL〇三(三七九六)〇六〇一
FAX〇三(三七九六)〇六一〇

株式会社 ジャレコ
代表取締役社長 金沢義秋
〒158 東京都世田谷区用賀二―十九―七
TEL〇三(三七〇八)四八一一(大代表)

株式会社 秀和
代表取締役 西尾公秀
〒556 大阪市浪速区日本橋五―十二―九
TEL〇六(六三二)六六四四
FAX〇六(六四九)七二二二

株式会社 西部リース
代表取締役 曽我榮蔵
〒421-01 静岡市桃園町八―十七
TEL〇五四二(五八)一一二三
FAX〇五四二(五八)〇三一三

株式会社セガ・エンタープライゼス
代表取締役社長 中山隼雄
〒144 東京都大田区羽田一―二―十二
TEL〇三(三七四三)七四三〇

株式会社 禪
代表取締役 松川浩之
〒462 名古屋市北区生駒町七―一四五
TEL〇五二(九八一)三七三三
FAX〇五二(九八一)三七九四

株式会社 セントラル・レジャーシステム
代表取締役 金子孝運
〒223 横浜市港北区日吉本町一―二〇―八 セントラルビル
TEL〇四五(五六四)一〇三一

泉陽興業株式会社
泉陽機工株式会社
〒556 (本社)大阪市浪速区元町一―十三―十五 泉陽ビル
TEL〇六(六三一)一〇五一(大代表)
〒101 (東京支店)東京都千代田区神田多町二―九―二 神城ビル三F
TEL〇三(三二五二)三九五一(代)

株式会社 総商
代表取締役 木村雅三
〒444 岡崎市井田西町十七―四
TEL〇五六四(二四)二五八一
FAX〇五六四(二一)〇五五五

株式会社 タイガー娯楽
代表取締役 早見儀信
〒413 静岡県熱海市中央町十番十七号
TEL〇五五七(八二)五〇〇〇
FAX〇五五七(八二)五〇二三

株式会社 タイガー商事
代表取締役 鈴木民夫
〒538 大阪市鶴見区今津中一―七―十二
TEL〇六(九六二)九四二五
FAX〇六(九六一)四五五六

株式会社 タイトー
代表取締役社長 長谷川桂祐
〒102 東京都千代田区平河町二―五―三
TEL〇三(三二二二)四八八八

太陽アドバンス有限会社
代表取締役 田中章雅
〒110 東京都台東区下谷一―十一―二
TEL〇三(三八四三)八七七六
FAX〇三(三八四三)八七四四

株式会社 宝娯楽
代表取締役 矢野照和
〒210 川崎市川崎区池上町九―十
TEL〇四四(二七七)七八八一
FAX〇四四(二七七)七八一四

タスコ株式会社
代表取締役 上原義和
〒113 東京都文京区本駒込三―十七―二
TEL〇三(三八二七)六七四一

株式会社 タップス
代表取締役 土井照子
〒556 大阪市浪速区元町一―七―五 クラッシーコート3F
TEL〇六(六三三)一五一五
FAX〇六(六三三)一五五二

謹賀新年

辰巳電子工業株式会社
代表取締役社長　辰巳嘉宏
〒634 奈良県橿原市十市町十四
TEL〇七四四(二三)四七六四
FAX〇七四四二(五)一一九一

中央リース販売株式会社　有限会社マスコセントラル
代表取締役　桝本哲夫
〒164 東京都中野区東中野四―五―二十
TEL〇三(五三八九)六一〇一
FAX〇三(五三八九)六一〇六

株式会社ティエィディ
代表取締役　横山忠
〒181 三鷹市下連雀三―三二―二 シルクロードふじ三階
TEL〇四二二(四二)八〇三一

テクモ株式会社
代表取締役社長　柿原孝
〒102 東京都千代田区九段北四―一―三四
TEL〇三(三二二二)七六二〇

データイースト株式会社
代表取締役社長　福田哲夫
〒167 (本社)東京都杉並区上荻二―三一―十二
TEL〇三(三三九二)四一五一
〒167 (研究所)東京都杉並区南荻窪四―四一―十
TEL〇三(三三三一)五四四一

株式会社テヅカ
代表取締役　手塚明雄
〒663 兵庫県西宮市高松町十六―十五
TEL〇七九八(六六)〇八一一
FAX〇七九八(六六)二二七五

株式会社東亜プラン
代表取締役　清本吉行
〒167 東京都杉並区清水一―八―四 東亜ビル
TEL〇三(五三九七)〇五一一(代)
FAX〇三(五三九七)四七五五

株式会社トーゴ
代表取締役社長　山田數夫
〒152 東京都目黒区八雲一―五―七 東娯ビル
TEL〇三(三七一八)六四六一

株式会社トライ
代表取締役　鞭木立行
〒270 千葉県松戸市新松戸南一丁目三六五 荒川グリーンビル二〇五
TEL〇四七三(四八)三八八〇
FAX〇四七三(四八)三八八五

株式会社トロンシステム
代表取締役　石田博
〒556 大阪市浪速区元町三―二―二 難波元町ビル二〇一
TEL〇六(六三三)五六一四
FAX〇六(六三三)五四六〇

中日本リース株式会社　ダイナックス株式会社
代表取締役　早川永一
〒463 名古屋市守山区甘軒家八反十七―一 NLビル
TEL〇五二(七九一)四一一一
FAX〇五二(七九一)四一六八

株式会社ナムコ
代表取締役会長　中村雅哉
〒146 東京都大田区矢口二―一―二一
TEL〇三(三七五六)二三一一

株式会社ナムコ
代表取締役社長　真鍋正
〒146 東京都大田区矢口二―一―二一
TEL〇三(三七五六)二三一一

日本科学遊園株式会社
代表取締役　江川清一郎
〒607 京都市山科区日ノ岡鴨土町二〇
TEL〇七五(五八一)八八〇八

日本娯楽機株式会社
代表取締役　遠藤嘉一
〒107 東京都港区南青山二―二―四
TEL〇三(三四〇二)七三一一
FAX〇三(三四〇三)八八六二

株式会社日本コンラックス
代表取締役社長　岡田真治
〒100 東京都千代田区内幸町二―二―二 富国生命ビル
TEL〇三(三五〇二)一八一一

パサデナインターナショナル株式会社
代表取締役　細井久平
〒562 大阪府箕面市瀬川四―十五―四五
TEL〇七二七(二一)八八三〇
FAX〇七二七(二四)二四九〇
〒532 新大阪支店 大阪市淀川区宮原一―十六―二八
TEL〇六(三九七)〇九八七
FAX〇六(三九七)〇九七八

株式会社バンプレスト
代表取締役　杉浦幸昌
〒111 東京都台東区駒形一―四―十四 バンダイ第三ビル
TEL〇三(三八四七)五一六一

株式会社ビスコ
代表取締役　秋山哲雄
〒603 京都市北区衣笠東御所の内町十三
TEL〇七五(四六四)二六七六
〒171 (東京営業所)東京都豊島区要町三―三八―三 長崎ビル三F
TEL〇三(三五五四)〇一二一

ビデオシステム株式会社
代表取締役　古川晃司
〒606 (本社)京都市左京区下鴨松ノ木町三五番地一
TEL〇七五(七二三)〇三五八
〒108 (東京営業所)東京都港区芝五―十一―二 橋本ビル2F
TEL〇三(三四五二)五六七七

株式会社フェイス
代表取締役　金谷龍坤
〒164 (営業・販売部)東京都中野区弥生町二―二六―二 第2Kビル
TEL〇三(三三二九)一一〇一
FAX〇三(三三二九)三五五五
〒164 (本社)東京都中野区弥生町一―九―八
TEL〇三(三三七二)七四一一
FAX〇三(三三七二)三一四一

株式会社フォーベックス
代表取締役　大山行夫
〒467 名古屋市瑞穂区下坂町二―三八
TEL〇五二(五八三)〇五一一
FAX〇五二(五六五)一六七四

株式会社富士リース
代表取締役　山本英二
〒542 大阪市中央区千日前二―十一―五
TEL〇六(六三三)五〇〇八(代)
FAX〇六(六三三)五一五二

株式会社フナイ
常務取締役　大槻隆弘
〒540 大阪市中央区森ノ宮中央一―十六―二二 フナイビル
TEL〇六(九四一)〇二六二

豊永産業株式会社
代表取締役　永楽藤八
〒555 大阪市西淀川区大野三―七―四三
TEL〇六(四七五)〇三二一～三
FAX〇六(四七三)一二七三

株式会社ホープ
取締役社長　小野定良
〒211 (本社工場)川崎市中原区今井上町五〇
TEL〇四四(七二二)六一四一
FAX〇四四(七一一)二七七九
〒618 (関西営業所)京都府乙訓郡大山崎町鏡田二
TEL〇七五(九五七)五六一三
FAX〇七五(九五七)〇三一三

株式会社ホームデータ
代表取締役　松浦博司
〒651 神戸市中央区葺合町馬止一―十 ホームデータビル
TEL〇七八(二六一)二七九〇

真砂工業株式会社
代表取締役　真砂幸男
〒270-14 千葉県東葛飾郡沼南町沼南工業団地
TEL〇四七一(九一)四一五一

ミゼッティ工業株式会社
代表取締役　橋本敬造
〒187 本社工場 東京都小平市鈴木町一―五三―二
TEL〇四二三(四三)二八五一
〒150 営業部渋谷オフィス 東京都渋谷区宇田川町二―一 渋谷ホームズ一〇〇七
TEL〇三(三四六四)七七三九

峯興業有限会社
代表取締役　峯久
〒543 大阪市天王寺区玉造元町十四―二 玉造ゲームセンター
TEL〇六(七六一)九一八二
FAX〇六(七六二)六七八七

明昌特殊産業株式会社
会長　岡本昌明
社長　福田三徳
〒553 大阪市福島区鷺洲三―六―二
TEL〇六(四五八)三五五七
FAX〇六(四五一)二四六七

株式会社名豊商事
代表取締役　高梨政己
〒110 東京都台東区東上野三―十二―十一
TEL〇三(三八三三)四八九一

メディア商事株式会社
代表取締役　柏信行
〒578 東大阪市今米二番二号
TEL〇七二九(六四)〇七一七
FAX〇七二九(六四)二〇五九

株式会社友栄
代表取締役　内田博
〒101 東京都千代田区三崎町三―七―五
TEL〇三(三二六三)九四二一

株式会社ユーピーエル
代表取締役　鷲谷晴美
〒323 栃木県小山市駅南町六―十三―三十
TEL〇二八五(二七)六六〇〇
FAX〇二八五(二七)九五九三
〒110 (東京営業所)東京都台東区上野三―十六―三
TEL〇三(三八三四)一四三四
FAX〇三(三八三四)三九一八

ユニバーサル販売株式会社　株式会社ユニバーサル
代表取締役　岡田和生
〒108 ユニバーサル販売㈱本社 東京都港区高輪三―二―九
TEL〇三(三四四八)一三一一
〒323 株式会社ユニバーサル本社 栃木県小山市荒井五六一 小山第三工業団地内
TEL〇二八五(二五)五五二一

株式会社ユニバース
代表取締役　寺山和廣
〒559 大阪市住之江区北加賀屋五―八―五七
TEL〇六(六八二)三四四四
FAX〇六(六八一)九七七〇

株式会社ローラートロン　株式会社ローラートロン大阪
代表取締役　森真一
〒160 東京都新宿区西早稲田二―二〇―一
TEL〇三(三二〇四)〇四六九
〒553 大阪市東淀川区東中島一―十二―三三
TEL〇六(三二五)三八四三

有限会社若葉商会
代表取締役　上林誠一郎
〒228 座間営業所(主たる営業所) 神奈川県座間市南栗原一―十二―十五
TEL〇四六二(五四)五四二三(代)
FAX〇四六二(五五)七八〇九
〒228 (本社)神奈川県相模原市相南四―六―二
TEL〇四二七(四六)五七二七

業界団体分

社団法人日本アミューズメントマシン工業協会(JAMMA)
会長　中村雅哉
〒100 東京都千代田区永田町二―十一―二 秀和永田町TBRビル七〇四号
TEL〇三(三五九三)二五六三
FAX〇三(三五八一)三六五六

社団法人全日本アミューズメント施設営業者協会連合会(AOU)
会長　梅原靖三
役員一同
〒101 東京都千代田区神田佐久間河岸九一 リバーサイドトナカイビル五〇三号
TEL〇三(三八六六)九三七一
FAX〇三(三八六六)九三八九

北海道アミューズメント・オペレーター協会
会長　田中亀雄
〒003 札幌市白石区中央二条一―九二 白石中央ビル三F
TEL〇一一(八四一)一七六三
FAX〇一一(八一三)三一三八

茨城県アミューズメントオペレーター協会
会長　宇島準一
会員一同
〒310 事務所 水戸市渋井町一二八―二 ㈱トニー内
TEL〇二九二(二六)〇四五一
FAX〇二九二(二四)八二四一

群馬県健全娯楽業協会
会長　吉村敬一郎
〒370 高崎市中尾町七六七―五 メキシコ内
TEL〇二七三(六二)四九七七
FAX〇二七三(六二)三二三一

静岡県アミューズメント協会
会長　杉山勉
〒413 熱海市水口町五―一三 ㈱ライト内
TEL〇五五七(八三)三一〇〇
FAX〇五五七(八三)五七二四

三重県アミューズメントオペレーター協会
会長　松本静雄
役員一同
〒519-04 三重県度会郡玉城町世古三四五
TEL〇五九六(二二)〇五六八
FAX〇五九六(二七)〇七五五

京都府健全娯楽業協会
会長　吉田勲
役員一同
〒607 事務局 京都市山科区日ノ岡鴨土町二〇 日本科学遊園㈱内
TEL〇七五(五〇二)一四三四
FAX〇七五(五九四)四〇四五

大阪府アミューズメントマシン・オペレーター協会
会長　梅原靖三
役員一同
〒541 大阪市中央区久太郎町一―二―十六 三星中央別館七F七〇六号
TEL〇六(二六三)一三八一
FAX〇六(二六三)一三八三

岡山県アミューズメントマシン・オペレーター協会
会長　松田次雄
役員一同
〒700 岡山市内山下一―三―十五 (MAS第三ビル内)
TEL〇八六(二三一)四一三三
FAX〇八六(二二二)六五七六

広島県アミューズメントオペレーター協会
会長　平本将人
〒730 広島市中区宝町八―一 ㈱ヒカリ・エンタープライゼス内
TEL〇八二(二四一)八五五五
FAX〇八二(二四四)五〇七一

宮崎県健全娯楽業組合
会長　有坂順三
〒880 宮崎市恒久南二丁目八―二四
TEL〇九八五(五二)一三一四
FAX〇九八五(五二)一一〇三

沖縄県アミューズメントマシン・オペレーター協会
会長　仲順利治
〒901-21 沖縄県浦添市宮城三九三―二 ㈱沖縄ベンダース内
TEL〇九八八(七八)〇一二七
FAX〇九八八(七八)〇一二八

日本SC遊園協会(NSA)
会長　内田博
常務理事　宮原久
〒150 東京都渋谷区渋谷一―八―三 安田生命ビル九F
TEL〇三(三四八六)六六六一
FAX〇三(三四〇七)八七九四

矢飛圓方

位置〈3〉

難波津に咲くやこの花冬ごもりいまは春べと咲くやこの花　よみ人しらず

泡のびて一動きしぬ薄氷　高野素十

これらこのうき世のほかの春ならむ花のとぼそのあけぼのの空　寂蓮

行人の瞳のちらと浮く春一番　原コウ子

雪の上の桃の影から花のこゑ　榎本好宏

春なれや人来て岩の秀に出づる　成田千空

我が心引きしまる時は大空は手もて触るべく近寄りきたる　窪田空穂

ひたひたと春の潮打つ鳥居哉　河東碧梧桐

霞しく春の潮路を見わたせば緑を分くる沖つ白波　藤原兼実

春日を鉄骨のなかに見て帰る　山口誓子

裏がへる亀思ふべし鳴けるなり　石川桂郎

天と地の間にうすうすと口を開く　中村苑子

さし来らむ潮さま見えて難波江の渚の蘆ぞうごきそめたる　八田知紀

年のはじめのためしとして春のうたをいくつか引いてみた。

引用は大岡信の『折々のうた　第四』から興を惹かれたものである。正確には折々のうたの上に新編という字がついていて、これが曲物である。

一応大岡信の理屈によればこういうことになる。

――新聞連載を毎日続けてゆくに当たって、引用する作品それぞれが、どこかで前日の引用作品と繋がりをもっていること、響き合うものをもっていることを期待しながら個々に作品を選ぶよう心掛けてきた。この場合、あるときには内容の共通性を、別のときには逆に対照性を、選択の基準にすることもあるし、詩形の異なるもの同士に見出される、思いがけない響き合いの面白さを、両者を並べて浮き立たせるという方法をとることもある。…………………作品を単に一つ一つばらばらに引いてくるだけでなく、たがいにどこかで関連性のあるものを配列してゆくことによって、日本語の美しさをも力強さをも鮮やかに示す言葉の織物を織ってみたいというのが私の願いである。それゆえ「折々のうた」の仕事で最も苦労するところは、百八十字の短い文章で何らかのまとまったことを言わねばならないという点にはなく、むしろ作品を選んで配列することそのものにある。

――

作品の順序に大岡信は非常に気を配っている。そして、この『新編　折々のうた』は、ずっと、岩波新書で折々のうたを一年毎に一冊にまとめて出版したものを二年分まとめたものである。

たとえば『新編　折々のうた　第四』は岩波新書で「第七」「第八」の二冊としてすでに刊行されているものの合冊である。しかし単なる合冊ではない。岩波新書二冊分が一冊になっているだけであれば、それはそれでよい。大岡信の熱烈なる読者たちにしても、「あ、合冊にしたか」で、まあ大体が買わずにすませてしまうことが出来るだろう。そういう場合であれば愛嬌ですませることが出来るのである。

ところが実際の〈新編〉ははじめの順序を全部ばらしてしまって、また新しい響きあいを大岡信が探し出してくるということになっている。それもいいだろう。本のヴォリュームが岩波新書二冊分におさえてあれば、その程度のことは愛嬌で充分にかたづけられる。

ところがこういう話があるのである。私というのは大岡信である。

――私の中学時代以来の親しい友人の息子が結婚することになった。私の友達は、披露宴のお客に対してありきたりの引出物を贈るよりはと言って、その時までに出ていた『新編　折々のうた』の第一、第二の二冊を引出物にすることにしたから、ついては署名をたのむと電話で告げてきた。どさっと届けられた本に、私は喜んで署名した。

披露宴の宴果てたのち、人々は、正方形に近い箱型の、大きさに比して意外に重い引出物の包みを手にさげて帰った。

しばらくして同窓会があった。ある友人の話が皆を笑いころげさせた。彼はこの引出物が羊羹であると思いこんでいて、帰宅するや包みを冷蔵庫に押しこんだのである。しばらくたってから、取り出して開けてみてわっと驚いた。

彼がそう思いこんだのも無理はなかった。息子が結婚披露宴をした友人は、沼津市の有名な菓子店の生れで、やがて隣町の三島の、羊羹で有名な菓子の老舗の娘と結婚し、今はその店をとりしきっている身だからである。

――

『新編　折々のうた』がいかに大きくいかに重いかがよく分る話である。

大岡信の熱心な読者であるからこそ、岩波新書で既に出たものが、形を変えて朝日新聞社から出版されていることを知っているという人が多いのではないかしら。そしてそういう人たちの大部分は貧しく、まずその本を買うべきか、買わずにおくべきかで大いに迷い、次いでその大きな重い本を狭い家、あるいは狭い部屋の何処に置いておくかでまた迷うことになるのではなかろうか。

なぜなら富める人は本を読んだり本を買ったりせずにもっと他の趣味に走っていることが多い。

本を買う人の大部分は貧しい、ということは大型書店に行けば一目遼然である。

ま、大岡信にしてみれば高くて大きい本を出してその後廉価版を出すのではなくて、廉価版を先に出したところに作家の良心があるといいたいのであろうが。

JANUARY 1-15

Game Machine's Best Hit Games 25

■テーブル型ＴＶゲーム機 (TABLE VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
❶	—	ドラゴンセイバー（ナムコ） Dragon Saber (Namco)	8.33
❷	—	マジェスティック12（タイトー） Majestic Twelve [Super Space Invaders] (Taito)	7.61
❸	—	ダブルドラゴン Ⅲ（テクノス） Double Dragon Ⅲ (Technos)	7.53
4	1	ジョイジョイキッド（ＳＮＫネオジオ） Puzzled [Joy Joy Kid] (SNK)	7.44
5	3	雷電（セイブ／テクモ） Raiden (Seibu)	7.35
❻	—	パンクショット（コナミ） Punk Shot (Konami)	7.33
❼	—	ピットファイター（アタリゲームズ／コナミ） Pit-Fighter (Atari Games/Konami)	7.11
❽	—	スーパーパン（ミッチェル） Super Pang (Mitchell)	7.00
9	2	ＵＳネイビー（カプコン） Carrier Airwing [U.S.Navy] (Capcom)	6.71
10	6	コラムス（セガ社） Columns (Sega)	6.48
11	8	テトリス（セガ社） Tetris (Sega)	6.35
12	5	スーパースパイ（ＳＮＫネオジオ） Super Spy (SNK)	6.33
13	10	ワールドスタジアム '90（ナムコ） World Stadium '90 (Namco)	6.28
14	4	サイバーリップ（ＳＮＫネオジオ） Cyber-Lip (SNK)	6.27
15	7	コラムス Ⅱ（セガ社） Columns Ⅱ (Sega)	6.26
16	12	ワールドカップ '90（テクモ） World Cup '90 (Tecmo)	5.95
17	9	M.V.P.（セガ社） M.V.P. (Sega)	5.94
18	15	スーパーマスターズ（セガ社） Super Masters (Sega)	5.79
19	13	ファイナルファイト（カプコン） Final Fight (Capcom)	5.76
20	19	上海 Ⅱ（サン電子） Shaghai Ⅱ (Sun Electronics)	5.75
㉑	24	スーパーフォーミュラ（ビデオシステム） Super Formula (Video System)	5.64
22	17	カプコンワールド（カプコン） Capcom World* (Capcom)	5.58
23	21	クイズH.Q.（タイトー） Quiz H.Q.* (Taito)	5.55
㉔	25	アウトゾーン（東亜プラン／テクモ） Out Zone (Toaplan)	5.54
㉕	29	パロディウスだ！（コナミ） Parodius (Konami)	5.41

* The Traditional Japanese Games or Japanese Quiz Game, etc.

評価 (RATING)　調査ロケーションの設置機種を売上げと人気度から見たランク付けで、各オペレーターの判断によるデータを集計、その平均値を示したもの。数字の意味は10：これ以上ない爆発的な人気と売上げ、9：すばらしい人気と売上げ、8：大変いい人気と売上げ、7：いい人気と売上げ、6：まあいい人気と売上げ、5：平均的なもの、4：平均以下(以下省略)

■アップライト、コックピット型ＴＶゲーム機 (UPRIGHT / COCKPIT VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
1	1	ファイナルラップ 2（デラックス）（ナムコ） Final Lap 2 (Deluxe) (Namco)	9.15
2	2	スペースガン（タイトー） Space Gun (Taito)	8.81
3	3	シスコヒート（ジャレコ） Cisco Heat (Jaleco)	7.91
4	4	ファイナルラップ 2（スタンダード）（ナムコ） Final Lap 2 (Standard) (Namco)	7.82
5	5	ハード・ドライビング（アタリゲームズ／ナムコ） Hard Drivin (Atari Games/Namco)	7.80
❻	7	ビーストバスターズ（ＳＮＫ） Beast Busters (SNK)	7.27
❼	—	レーザーゴースト（セガ社） Laser Ghost (Sega)	7.25
8	6	ＧＰライダー（ライドオン）（セガ社） GP Rider (Ride-On) (Sega)	7.18
9	8	ビッグラン（ジャレコ） Big Run (Jaleco)	7.10
10	9	スーパーモナコＧＰ（デラックス）（セガ社） Super Monaco GP (Deluxe) (Sega)	6.67
11	10	Ｇ－ＬＯＣ（デラックス）（セガ社） G-LOC (Deluxe) (Sega)	6.56
12	12	アウトラン（デラックス）（セガ社） Out Run (Deluxe) (Sega)	6.33
13	11	ウイニングラン鈴鹿ＧＰ（ナムコ） Winning Run-Suzuka GP (Namco)	6.31
14	14	エアインフェルノ（デラックス）（タイトー） Air Inferno (Deluxe) (Taito)	6.17
15	13	Ｓ.Ｃ.Ｉ.（タイトー） S.C.I. (Taito)	6.01

■麻雀ＴＶゲーム機 (MAHJONG VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名）	評価
1	1	麻雀ねるとん紳鯨団（中日本リース） Mahjong Crimson-Whales* (Dynax)	6.40
2	2	麻雀革命（ジャレコ） Mahjong Revolution* (Jaleco)	5.80
❸	4	麻雀大予言（ビデオシステム） Mahjong Prediction* (Video System)	5.47
❹	—	麻雀沈黙の編隊（日本物産） Mahjong Silent Formation* (Nichibutsu)	5.42
5	3	麻雀クラブ90's（日本物産） Mahjong Club 90's* (Nichibutsu)	5.41

■フリッパー (FLIPPERS)

	前回	機種名（メーカー名）	評価
❶	—	シンプソンズ（データイースト） The Simpsons (Data East)	7.00
❷	4	ローラーゲームズ（ウィリアムズ） Rollergames (Williams)	6.14
❸	6	オペラ座の怪人（データイースト） Phantom of The Opera (Data East)	6.10
4	2	アースシェイカー（ウィリアムズ） Earthshaker (Williams)	6.00
5	5	ワールウインド（ウイリアムズ） Whirl Wind (Williams)	5.25

Overseas Readers Column

SNK Ships One-Slot "NEO·GEO" PCB Kits

SNK Corp., Osaka, has announced that it has recently developed "NEO·GEO" PC board kit for single cartridge, and in Japan Taito Corp., Tokyo, and Kawakusu Co., Ltd., Osaka, will market it as distributors. The kit is a JAMMA compatible kit, and since domestic operators can operate "NEO·GEO" game simply by installing it to their cabinets, a large demand is expected to occur.

At the end of January 1990 SNK Corp. announced "NEO·GEO" at its private show, and has been shipping it from April in Japan and overseas. At first, because of technical trouble, it did not ship in large quantities. Since August, however, it has shipped them constantly, while it has been recognized that operation income is favorable.

So far, "NEO·GEO" has been released in two types – coin-op version for six cartridges and home video version for single cartridge. Since August 1980, the home video version has been released in Japan, and in the U.S.A. it will be released from January. Meanwhile, SNK Corp. of America, Sunnyvale, CA, U.S.A., a subsidiary of SNK Corp., has decided to develop and release a coin-op version for two cartridges for single-kit operation use, as demand for the coin-op version for six cartridges is increasing. In these circumstances, SNK has decided to ship "NEO·GEO" kit for single cartridge, as it has naturally been demanded strongly by domestic and overseas operators.

On November 28, 1990, SNK held a private show at Tokyu Inn, Esaka, Osaka, where it unveiled the "one slot kit", while introducing newly added pieces of software (cartridges). In Japan, since operation income from "NEO·GEO" games is remarkable, shipment (commenced from around December 10) of "one slot kit" is increasing steadily. In the U.S., on November 13, SNK Corp. of America and Romstar Inc., CA, agreed with each other that Romstar would exclusively market "one slot kit". Romstar will commence shipment in the near future. In the U.K. market, Electrocoin Automatics Ltd., U.K., is marketing "NEO·GEO", and has also decided to sell "one slot kit".

Concerning the PC board kit for "NEO·GEO", operators are receiving warmly, since "it is very cheap (in Japan one kit is priced at 128,000 yen). The cartridge is also cheap (from 28,000 to 32,000 yen per game)." Although all other manufacturers than Capcom are suffering from a slowdown on the market of video games for PC board kits, SNK alone is boldly developing marketing.

A Happy New Year!

Tokyo Dome Opens Sega's Showcase

Tokyo Dome Corp., Tokyo, has recently expanded Korakuen Amusement Park which is adjacent to Korakuen Stadium, and newly opened the indoor amusement park "Carnival" on December 17. Operated by its subsidiary Korakuen Locomotive Co., it has timely introduced the latest amusement games of Sega Enterprises Ltd., Tokyo.

"Korakuen Carnival" features 105 games installed and operated on 820m² of floor, centering around Sega's shooting system "Cyberdome", dot-eat car game "CCD Cart" and rotarty capsule video game "R-360", and is aimed to earn 300 million yen of operation income for the starting year.

Sega's "Cyberdome" looks like a miniature movie theater from whose back screen (100-inch screen x 3-multi) are projected so that players chase enemies appearing on the screens by firing a laser gun. The game is played simultaneously by 8 players. Another significant feature is a battery moving back and forth on which players get . The innovative shooting system was unveiled at JAMMA Show 90 for the first time, and shipped from Sega for the first time for operation. Korakuen Carnival operates it at a fee of 500 yen per game per player.

Sega's "CCD Cart" model was also unveiled at JAMMA Show 90 and actually operated for the first time. A number of dots are arranged on a certain area, and when a player runs over a dot getting on the CCD Cart, it means that the dot has been eaten. The CCD camera on a front lower side of the cart projects the front sceeen and the player in the cart views it while operating the cart. One game is priced at 500 yen.

Already, some "R-360" of Sega are in operation at Sega's location, but for the first time it has been sold this time. "R-360" is hotly talked about in such locations. It also is 500 yen per game.

Nintendo's "Super Famicom" Released With "Mario 4"

On November 21, "Super Famicom" of Nintendo Co., Ltd.., Kyoto, which has been long-awaited by many users, was released simultaneously across Japan, and 300,000 sets prepared for the day were sold out in an instant. Most of them were prepared to meet advance orders from users, and according to Nintendo, these advance orders alone have already reached 1,500,000 sets.

At first, Nintendo intended to ship 300,000 sets/month. However,in view of the huge demand, it has revealed an intention to raise the montly production size to 400,000 sets from April, and 800,000 sets from August onward. Despite the upward revision of production schedule, five moths are required (i.e. by March 1991) to satisfy initial advance orders of users (most of whom have already paid the price).

Cartridges released simultaneous with "Super Famicom" were "Super Mario World" and "F-Zero" (both produced by Nintendo) alone. By the end of 1990, however, six titles will be added, including Capcom "Final Fight", Konami "Gradius III", Imagineer "Populous" and Nintendo "Pilot Wings", so that the "Super Famicom" market is expected to expand in a very short time.

"Super Famicom" is priced at 25,000 yen for hardware and 8,000 to 9,000 yen for software. Thus, it is never a "cheap toy". Still it is very popular, because, as many users say it is "a well formulated, understandable and satisfactory video game". Most of users are in their teens, but adults older than 20 years are being absorbed in it. However, still more people are complaining that they "cannot secure it easily".

On the U.S. market, Nintendo America will unveil a sample at Summer CES (early June in Chicago), and is likely to ship from the autumn of 1991. However, just as Famicom became Nintendo Entertainment System (NES), Super Famicom is very likely to have another name. These plans will be announced definitely by around June 1991.

Editor: *Masumi Akagi*
Amusement Press, Inc.
18-2, Doyamacho, Kita-ku,
Osaka, 530 Japan
faxphone (81) 6-314-3821